

## Analisis Framing Pemberitaan Kontroversial Campaign Zara “The Jacket” Singgung Korban Gaza Pada Bbc News & Suara.Com.

Afni Tiana Rosa<sup>1</sup>, Andri Prasetyo Yuwono<sup>2</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teknologi Yogyakarta<sup>1,2</sup>

Jl. Siliwangi (Ringroad Utara), Jombor, Sleman, D.I. Yogyakarta 55285<sup>1,2</sup>

*e-mail* : afni.5201711305@student.uty.ac.id<sup>1</sup>, *e-mail* : andri.prasetyo@uty.ac.id<sup>2</sup>

### Abstract

*This research focuses on how online media presented the news of the controversial case of the ZARA Atelier "The Jacket" campaign which was considered offensive to Gaza victims on two national online media Suara.com and BBC News International media. This study aims to understand how BBC News and Suara.com media construct news on the reality that occurs and see how the event is highlighted or omitted. The research method uses a descriptive qualitative method with a constructivism paradigm approach as a basis for knowing the views of each individual in constructing news with different backgrounds. This research uses Robert N. Entman's framing analysis model which sees framing in two dimensions: issue selection and emphasis on certain aspects. The results showed that BBC News and Suara.com online media in packaging information into news, have news similarities but package them with different styles and perspectives regarding the ZARA Atelier "The Jacket" campaign case. BBC News in framing or packaging news is in accordance with what happened, however, it tends to focus a little on ZARA's perspective, as evidenced by the emphasis on the news content. Meanwhile, Suara.com in framing focuses on public opinion, as evidenced by the emphasis on the aspects of writing facts, and other emphases, which show support for the boycott.*

**Keywords:** Framing; Online Media; Gaza-Palestina; ZARA; Robert N. Entman

### Abstrak

Fokus penelitian ini merujuk pada bagaimana media *online* mempresentasikan pemberitaan kasus kontroversial *campaign* ZARA Atelier “The Jacket” yang dianggap menyinggung korban Gaza pada dua media *online* nasional Suara.com dan media Internasional BBC News. Tujuan penelitian ini untuk memahami bagaimana media BBC News dan Suara.com dalam mengkonstruksi berita atas realitas yang terjadi dan melihat bagaimana peristiwa tersebut ditonjolkan atau dihilangkan. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif dengan paradigma konstruktivisme sebagai landasan untuk mengetahui pandangan setiap individu dalam mengkonstruksi berita dengan latar belakang yang berbeda. Penelitian ini menerapkan pendekatan analisis *framing* model Robert N. Entman yang mengkaji *framing* dalam dua dimensi, yaitu pemilihan atau seleksi isu dan penonjolan pada aspek-aspek tertentu. Hasil penelitian memperlihatkan media *online* BBC News dan Suara.com dalam mengemas suatu informasi ke dalam berita, memiliki persamaan berita namun mengemasnya dengan gaya dan perspektif yang berbeda mengenai kasus *campaign* ZARA Atelier “The Jacket”. BBC News dalam membingkai atau mengemas suatu berita yaitu sesuai dengan apa yang terjadi, Namun, sedikit cenderung berfokus pada perspektif ZARA, dibuktikan dengan penekanan-penekanan dalam isi berita. Sedangkan Suara.com dalam membingkai terlihat gamblang berfokus pada opini publik, dibuktikan dari penonjolan aspek pada penulisan fakta, dan penekanan-penekanan lainnya, yang mana menunjukkan dukungan pada aksi boikot tersebut.

**Kata Kunci:** Framing; Media Online; Gaza-Palestine; ZARA; Robert N. Entman

## PENDAHULUAN

Fenomena perseteruan antara Israel-Palestina merupakan salah satu isu yang sangat rumit dan kontroversial didunia saat ini. Dimana konflik tersebut melibatkan berbagai isu besar seperti politik,

ekonomi, sosial, budaya, dan agama yang berdampak luas terhadap kehidupan jutaan penduduk di wilayah tersebut. Konflik tersebut telah berlangsung selama bertahun-tahun dan terus memunculkan penderitaan dan ketegangan yang intens diantara kedua belah pihak (Ramadani, Khaerudin Kurniawan, and Ahmad Fuadin 2024). Ketegangan antara kedua negara terutama kekejaman israel terhadap palestina semakin meningkat seiring berjalannya waktu, dan mengakibatkan banyak korban. Seperti ketegangan terbaru yang terjadi pada kedua negara tersebut, dikutip dari berbagai media *online* yaitu salah satunya Suara.com, bahwa pada tanggal 7 oktober 2023, Hamas sebagai tentara Palestina melakukan serangan tanpa pemberitahuan ke Israel, serangan tersebut dinamai “Operasi Badai Al Aqsa” sebagai bentuk respon atas kekejaman atas ketidakadilan yang telah dialami rakyat Palestina selama beberapa dekade. Dimana setelah serangan yang dilakukan Hamas terhadap Israel, Israel melakukan serangan balasan secara besar-besaran dan menewaskan banyak sekali korban, seperti anak kecil dan perempuan, hingga dapat disebut Israel melakukan aksi Genosida terhadap rakyat Palestina.

Informasi terkait peristiwa kedua negara tersebut tentunya tak luput dari pandangan media, dimana media-media di seluruh dunia seringkali berlomba dalam memberitakan peristiwa Israel-Palestina, dan apa yang terjadi oleh kedua negara tersebut tentu mendapat respon yang sangat beragam terutama kecaman yang didapat oleh Israel atas serangan yang tiada hentinya terhadap Palestina. Akan tetapi, banyak juga tokoh-tokoh masyarakat atau perusahaan-perusahaan yang terang-terangan mendukung aksi Israel seperti perusahaan Starbucks, MCD, Unilever dan masih banyak lagi. Hal tersebut memicu kemarahan sebagian publik, dan sebagai bentuk dukungan rakyat palestina yang sedang berjuang bebas dari kekejaman Israel, publik menyuarakan aksi boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang terang-terangan dalam mendukung aksi Israel.

Segala informasi mengenai peristiwa Israel-Palestina sangat diperhatikan, dan media-media tiada henti dalam memberitakan terkait isu tersebut. Dimana informasi-informasi seperti boikot produk perusahaan yang berasal dari Israel atau perusahaan yang memang mendukung aksi Israel sudah sangat transparan, hal tersebut sudah seharusnya menjadi suatu informasi yang sudah diketahui oleh banyak orang dan merupakan situasi yang harus diperhatikan terutama oleh suatu *brand* atau perusahaan dalam bertindak. perusahaan harus memiliki nilai keunikan dan inovatif dalam strategi promosi untuk menarik perhatian publik. Namun, untuk menggunakan pendekatan kontroversi guna meningkatkan popularitas *brand* atau produk yang ditawarkan, tentunya akan membawa risiko kerusakan citra dan kepercayaan konsumen terhadap *brand* apabila tidak direncanakan dengan baik (Udayanga and Sandaruwanb 2021). Dan hal tersebut bukanlah suatu hal baru yang perlu diketahui kembali oleh suatu *brand*, terlebih lagi *brand* besar seperti salah satu *brand* fast fashion yang sangat populer di dunia yakni ZARA.

Kesuksesan ZARA tidak lepas dari strategi unik dalam memasarkan produk-produknya. Salah satu strategi promosi yang digunakannya untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperkenalkan produk-produknya adalah dengan melakukan *Campaign* dan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. ZARA sering dipuji akan keberhasilannya dalam menyampaikan *campaign* dan *lookbook* produk pakaiannya yang luar biasa, dan *campaign*-nya sering menjadi momen ikonik di industri *fashion*. Namun di *campaign* terbarunya, alih-alih bertujuan untuk mempromosikan koleksi ke-04 Atelier “*The Jacket*”, ternyata menjadi sebuah kontroversial yang berakibat fatal.

Dikutip dari berbagai media *online* seperti BBC News dan Suara.com, masalah bermula ketika ZARA merilis hasil pemotretan *campaign* Atelier koleksi ke-04 pada tanggal 7 Desember 2023, pada hasil foto-foto *campaign* tersebut memperlihatkan model berpose di depan semacam ruangan yang telah direkonstruksi. Di sekelilingnya memperlihatkan kondisi yang berdebu, dinding kering yang hancur, pecahan batu, puing-puing, dan patung-patung yang menunjukkan beberapa anggota badannya hilang, dan ada pula yang terbungkus kain putih. Terdapat salah satu foto yang memperlihatkan sang model sedang memegang manekin yang dibalut kain putih seolah sedang memegang mayat. Dan di beberapa foto model lain disekitarnya tertutup debu seolah-olah sedang tertimpa debu reruntuhan bangunan.

Pada *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*” ini mengundang kontroversi dan reaksi publik dengan cepat menyamakan antara hasil foto *campaign* mereka dengan foto-foto para korban di Gaza. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pemberitaan mengenai masalah Israel-Gaza sejak oktober kemarin hingga saat ini, masih menjadi topik yang sensitif. Berdasarkan hal tersebut, publik beranggapan bahwa *campaign* ZARA ini sangat tidak sensitif, tuli nada dan bahkan juga ada yang menyebutnya disengaja. Reaksi publik terhadap *campaign* ZARA “*The Jacket*” sangat negatif hingga

menyerukan aksi boikot terhadap *brand* tersebut. Menanggapi atas masalah yang dihadapinya, pihak ZARA telah mengeluarkan pernyataan, yang diposting pada Selasa, 12 Desember 2023 di akun official Instagramnya yang menyatakan terdapat kesalahpahaman dan menunjukkan penyesalan atas kesalahpahaman tersebut. ZARA juga menegaskan rasa hormat terhadap semua orang, mereka juga menghapus postingan *campaign* “The Jacket”. Namun, pernyataan yang dilakukan oleh ZARA masih tidak dapat meredakan kemarahan publik yang merasa bahwa *campaign* tersebut memang memiliki maksud disengaja.

Kontroversi kasus *campaign* ZARA ini tentunya juga tak luput dari pemberitaan banyaknya media massa, seperti pada media *online*, dimana segala informasi sangat mudah untuk diakses dengan cepat. Melalui media *online*, khalayak dapat mengetahui segala bentuk berita informasi terkini hingga peristiwa kontroversial yang mengandung konflik. Dari permasalahan berita tersebut, nantinya akan terlihat bagaimana media menyajikan berita dan membimbing pesan-pesan yang didapat sesuai dengan ideologi masing-masing portal berita. Media memiliki kemampuan dalam mempengaruhi persepsi atau pemikiran khalayak melalui berita-berita yang disajikan. Oleh karena itu, apabila muncul suatu perbedaan antara berita dan realitas yang sebenarnya, hal tersebut bukanlah suatu kesalahan, akan tetapi tentang bagaimana pemaknaan mereka atas realitas tersebut (Intan 2022).

Penelitian ini menggunakan dua media, diantaranya media nasional dan internasional dengan topik berita yang sama untuk menghasilkan suatu perbandingan, yaitu berita Internasional BBC News dan berita nasional Suara.com, dari banyaknya media atau portal berita yang memberitakan kasus kontroversial *campaign* ZARA. Alasan mengapa memilih kedua media tersebut yaitu, BBC News merupakan media yang terbilang cukup *update* dan cepat dalam menyajikan berita mengenai masalah atau isu tentang Israel-Palestina, BBC News menyajikan berita-berita dengan berbagai sudut pandang, menurut (Shahzad, Qazi, and Shehzad 2023) dalam penelitiannya terhadap isu Israel dan Palestina pada media BBC News, memperlihatkan hasil bias BBC dalam memberitakan isu Israel-Palestina menunjukkan kecenderungan perspektif dari sisi Israel. BBC News juga sering menjadi salah satu sumber berita internasional utama yang dicari di internet. Sedangkan Suara.com, merupakan media *online* nasional, salah satu platform daring di Indonesia yang menghadirkan informasi yang dikemas dengan menggunakan bahasa yang ringan, dan lugas. Suara.com juga termasuk dalam salah satu media yang memberikan informasi terupdate baik itu berita-berita dalam negeri maupun berita internasional, alasannya juga sama dengan BBC, yaitu sama-sama *update* mengenai isu Israel dan Palestina, dan juga Suara.com dalam pemberitaan mengenai kasus *campaign* ZARA tidak hanya berhenti ketika ZARA selesai memberikan pernyataannya.

Kedua media tersebut memiliki latar belakang yang berbeda, yang mana keduanya tentu memiliki perbedaan cukup signifikan, seperti pada latar informasi, sudut pandang, gaya ungkap penulisan atau bahkan fakta yang ada dalam berita, hal tersebut tentunya dikemas dengan pandangan yang berbeda-beda pada setiap portal berita walaupun membahas isu yang sama. Perbedaan itulah yang menjadi tujuan peneliti untuk menganalisis pada kedua media tersebut untuk dijadikan sebagai perbandingan. Idealnya dalam pengelolaan berita di media *online*, sebuah berita yang disampaikan harus berdasarkan data dan fakta yang terverifikasi di lapangan. Namun, terkadang, dalam beberapa situasi, suatu berita dapat dipengaruhi oleh kepentingan dari pihak atau kelompok tertentu, maka dari itu pemberitaan dapat dikemas secara berbeda (Hakim 2024).

Peneliti mengacu pada penelitian terdahulu yang telah menggunakan metode *framing* dalam memahami suatu fenomena yang sedang terjadi. Pertama, Penelitian dari Asfr Rinaldy (2023) dengan judul *Perbandingan Media Internasional: CNN dan Al-Jazeera Terkait Serangan Udara Pasukan Hamas ke Israel*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami cara media *online* internasional CNN dan Al Jazeera membimbing pemberitaan terkait peristiwa serangan udara Hamas (Palestina) ke Israel. Dalam penelitiannya menerapkan pendekatan analisis *framing* berdasarkan model Robert N. Entman. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa media CNN cenderung menggunakan bahasa yang menggambarkan Israel sebagai pihak yang tertindas, terlihat dari judul berita yang ditulis, sedangkan Al Jazeera lebih mengambil pendekatan netral dan seringkali menekankan palestina yang mengalami penindasan sebagai upaya untuk memahami alasan di balik serangan yang dilakukan Hamas secara rinci.

Kedua, Penelitian yang dilakukan Maurizza Radhitya & Ahmad Toni (2024) yang berjudul *Pembingkai Berita Boikot Produk Israel Di Media Online Republika.Co.Id*. Analisis *framing* yang

digunakan adalah dari model Robert N. Entman, penelitian ini mengungkapkan pemberitaan dari media *online* Republika.Co.Id yang bertujuan untuk mencari unsur pembingkai pada dua buah artikel berita yang membahas terkait isu kontroversial yang berhubungan dengan konflik antara Hamas (Palestina) dan Israel yaitu aksi boikot produk-produk israel sebagai upaya untuk menyuarakan dukungan terhadap masyarakat palestina yang sedang berjuang untuk bebas dari kekejaman serangan israel. Hasil penelitiannya menunjukkan peneliti menyimpulkan media *online* Republika.co.id ketika menyampaikan berita-beritanya merujuk pada sudut pandang islami, hal tersebut terlihat dari narasi atau penulisan berita-beritanya. Ditambah dengan hasil survei yang telah dilakukan oleh peneliti, Republika.co.id seringkali menyajikan berita-berita bernuansa islam dan ada juga segmen-segmen pada websitenya yang membahas seputar islam.

Selanjutnya yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan Raidah Intizar Yusuf, Sahrudin Malik, & Zulkarnain Hamson (2023) dengan judul *Framing Media Online Kompas.Com Terkait Isu Palestina Dan Israel*. Penelitian ini menggunakan Analisis *Framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman dengan tujuan penelitian untuk mengevaluasi pembingkai berita terkait isu Palestina-Israel pada media Kompas. Hasil penelitian terlihat dari pendekatan analisis *framing* Robert N. Entman, yakni (1) *Define Problems*, Kompas menggambarkan informasi terkait permasalahan yang terjadi secara terperinci mengenai Israel merupakan penyebab utama bentrok dan perang yang terjadi antara Israel dan Palestina, seperti pada dari peristiwa pengusiran yang berakibat terjadi demonstrasi, pawai hari Yerusalem yang menyebabkan represi militer. (2) *Diagnose cause*, Kompas mengidentifikasi apa saja yang menyebabkan masalah tersebut terjadi, dan dari segi penyajian, Kompas.com cukup komprehensif membahas penyebab dari tiap peristiwa. (3) *Make moral judgement*, Kompas.com mengemas berita terkait benar atau tidaknya suatu peristiwa dengan menggunakan kalimat penyampaian yang cukup gamblang untuk menyalahkan Israel dalam peristiwa tersebut. (4) *Treatment recommendation*, Kompas menekankan solusi pada Israel untuk menghentikan tindakan pelanggaran HAM.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan tersebut terdapat pada penggunaan metode analisis, yaitu analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman dan mengangkat isu Israel-Palestina, Sedangkan yang menjadi perbedaannya secara garis besar terdapat pada subjek dan objek masing-masing penelitian. Objek penelitian atau kasus yang diangkat pada penelitian ini adalah berita terkait kontroversial *campaign* ZARA yang menyinggung korban Gaza, dan subjek penelitian ini adalah media *online* BBC News dan Suara.com, dimana berita diambil dari media *online* tersebut.

Adapun Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pembingkai media *online* BBC News dan suara.com dalam pemberitaan kasus kontroversial *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*”. Tujuan penelitian ini untuk memahami kedua media tersebut dalam mengkonstruksi atau membingkai berita atas realitas yang terjadi dan untuk melihat bagaimana peristiwa yang ditonjolkan atau dihilangkan. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi kepada publik mengenai cara media membingkai berita terkait kasus *campaign* ZARA dan juga sebagai pemahaman khalayak bahwa ketika menilai sebuah pemberitaan harus bijak dalam memilah berita agar tidak terlalu terbawa arus atas konstruksi yang dibuat suatu media. Maka, untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, digunakan sebuah analisis *framing* untuk mengetahui realitas yang dibangun media.

## KAJIAN TEORI

### 1. Analisis *Framing* Robert N. Entman

*Framing* merupakan suatu konsep yang berkaitan dengan aspek-aspek berbeda dalam sebuah artikel berita, terlihat dari kutipan sumber, latar informasi, dan pemilihan kata atau kalimat tertentu, hal ini menunjukkan bahwa *framing* berkaitan dengan pemaknaan, yaitu bagaimana individu memahami suatu peristiwa yang disajikan dalam teks berita (Kartini dkk 2020). Menurut Brown & Yule (1983) *Frame* dalam media merupakan usaha dari seorang jurnalis dalam memaparkan sebuah isu sebagaimana menurutnya sesuai dengan tujuannya untuk mempengaruhi persepsi khalayak. Teori *framing* menjelaskan bahwa suatu media menyampaikan informasi kepada publik mengenai peristiwa yang ada di sekitar masyarakat, tentang cara mereka berpikir atau persepsi mereka melihat suatu peristiwa (Ningsih and Haryanti 2021).

Analisis *framing* secara sederhana merupakan analisis untuk memahami cara media massa mempresentasikan realitas suatu peristiwa yang dibingkai oleh media massa, dan proses pembingkaiian tersebut melalui konstruksi. Peristiwa yang telah diliput jurnalis tentunya telah di lihat dari bingkai atau sisi tertentu, yang berakibat terdapat informasi yang diberitakan dengan bagian porsi yang besar dan bagian lain dengan porsi yang lebih kecil atau bahkan tidak diberitakan sama sekali (Kadek et al. 2021). Oleh karena itu dengan analisis *framing*, dapat dilihat cara media memaknai, atau mengkonstruksi suatu peristiwa, karena setiap media atau portal berita mempunyai cara yang berbeda dalam melihat dan memahami sebuah peristiwa untuk disampaikan kepada publik, dan publik pun menangkap informasi dengan berbeda-beda pula.

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis yang dikembangkan oleh Robert N. Entman untuk mencapai tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana BBC News dan Suara.com dalam membingkai berita mengenai kasus kontroversial *campaign* ZARA, Peneliti ingin melihat cara kedua media tersebut dalam menyajikan informasi, seperti dalam menyeleksi isu, dan menonjolkan aspek-aspek yang ada pada pemberitaan kasus *campaign* ZARA, seperti bagian-bagian tertentu yang dimasukkan dan dihilangkan. Dimana aspek mengenai seleksi isu dan penonjolan aspek tersebut merupakan gagasan yang dikemukakan oleh Robert N. Entman. Entman itu sendiri merupakan seorang pakar dalam studi isi media, dengan memperkenalkan dasar-dasar analisis *framing*. Menurut Entman, *framing* memiliki dua dimensi, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan terhadap aspek tertentu dari realitas oleh media. Seleksi isu tersebut berhubungan dengan pemilihan fakta, seperti seleksi pada bagian berita yang akan dimasukkan atau yang dihilangkan. Sedangkan Penekanan pada aspek tertentu dimaksudkan berkaitan dengan penulisan fakta, seperti pemakaian kata atau kalimat tertentu untuk ditampilkan kepada publik, penonjolan tersebut bertujuan untuk memberikan kesan yang kuat pada perspektif publik dalam memahami suatu isu (Eriyanto dalam Ningsih & Haryanti, 2021). Berdasarkan hal tersebut menjadi alasan mengapa pada penelitian ini menggunakan model analisis Robert N. Entman.

Entman mengelompokkan *framing* untuk menjelaskan bagaimana media melakukan *framing* menjadi empat elemen yang dapat mendukung proses analisis pada penelitian ini, yaitu diantaranya : (1) *Define Problems* (pendefinisian masalah), adalah elemen pertama dalam *framing* yang menyoroti bagaimana jurnalis memahami suatu peristiwa. Setiap jurnalis memiliki perspektif yang berbeda terhadap peristiwa akibat dari pembingkaiian. (2) *Diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah), elemen analisis yang dilakukan untuk melihat siapa yang dianggap bertanggung jawab atas suatu peristiwa. Tujuannya untuk mengetahui aktor siapa saja yang berperan dalam peristiwa dan menentukan siapa yang dianggap sumber masalah. (3) *Make Moral Judgement* (membuat keputusan moral), elemen yang digunakan untuk memberikan argumentasi moral pada definisi masalah. Tujuannya untuk memperkuat dan mendukung gagasan tentang masalah setelah didefinisikan dan penyebab masalah sudah diidentifikasi. (4) *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian), digunakan untuk menekankan penilaian terhadap langkah-langkah yang dikehendaki oleh jurnalis atau wartawan untuk menyelesaikan suatu masalah, penyelesaian tersebut bergantung pada bagaimana suatu peristiwa dibingkai, argumentasi yang diberikan dan siapa yang dianggap sebagai aktor atau penyebab masalah (Eriyanto, 2002 dalam Ramadhan, Hamid, and Kusumadinata 2023).

## 2. Konstruksi Realitas

Teori mengenai proses konstruksi realitas sosial pertama kali dikemukakan oleh Peter L. Berger & Thomas Luckman lewat bukunya yang berjudul "*The Social Construction Of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*" pada tahun 1966, teori ini menyatakan bahwa realitas sosial dibingkai melalui beberapa proses yaitu eksternalisasi, dimana individu mengkonstruksi realitas berdasarkan tindakan atau interaksi mereka dengan orang lain. Objektivasi, realitas yang telah dikonstruksi dianggap memiliki keberadaan yang independen atau sebagai sesuatu yang eksisten di luar individu. Internalisasi, dimana realitas sosial yang telah di objektivasi atau dianggap nyata dipahami oleh setiap individu sebagai pandangan bagaimana mereka memahami dunia. (Ningsih and Haryanti 2021).

Menurut Peter L. Berger & Thomas Luckman, terdapat empat tahapan dalam pembentukan teori konstruksi sosial atas realitas melihat fenomena media massa, antara lain (Bungin dalam Kurniawan and Fitri 2022). (1) Tahap persiapan materi atau bahan konstruksi, Pada tahap ini melibatkan persiapan

bahan yang akan digunakan dalam konstruksi sosial oleh media massa, terdapat beberapa hal utama dalam mempersiapkan bahan konstruksi sosial, yakni keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu pada masyarakat, keberpihakan pada kepentingan umum. (2) Tahap penyebaran konstruksi, Tahapan ini dilakukan dengan prinsip dasar bahwa pesan yang disebarkan harus diterima khalayak secara tepat dan sesuai menurut agenda media, karena apa yang dianggap penting oleh media, maka penting juga bagi khalayak. (3) Tahap pembentukan konstruksi, terjadi melalui proses di mana media massa mengkonstruksi realitas yang membenarkan, dengan mendorong masyarakat mulai membentuk dan memahami konstruksi realitas yang disampaikan media massa dan menjadikan media massa sebagai kebiasaan hingga memicu perilaku konsumtif dan ketergantungan. (4) Tahap konfirmasi, yaitu dimana media massa dan khalayak dapat memberikan tanggapan dalam bentuk argumen atau kritik sesuai dengan keputusan mereka untuk ikut terlibat dalam pembentukan konstruksi, seperti media yang menyajikan berita berdasarkan pilihan atau persepsi mereka, dan khalayak yang memberikan tanggapan terkait bagaimana media menyajikan suatu informasi dalam bentuk berita.

Realitas sosial merupakan pengetahuan yang terbentuk dan berkembang dalam lingkup masyarakat sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, seperti adanya kesadaran umum atau wacana publik yang mana hal tersebut merupakan hasil dari konstruksi sosial. Teori konstruksi realitas sosial dibentuk untuk menjelaskan suatu realitas dan juga sebagai pemahaman terhadap perkembangan peristiwa atau fenomena (Sucipta and Kurniawan 2021). Konstruksi realitas merupakan sebuah proses dari pembingkai atau *framing* yang digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media, maka penggunaan teori konstruksi realitas pada penelitian ini juga diperlukan sebagai pendukung analisis *framing* yang mana sejalan dengan fokus utama atau tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui suatu realitas terhadap fenomena atau peristiwa yang terjadi, seperti peristiwa yang dikonstruksi dan diberitakan oleh beberapa media *online* diantaranya BBC News dan Suara.com yang sempat menarik perhatian publik yaitu kasus kontroversial *campaign* ZARA yang menyinggung korban Gaza-Palestina.

Dalam perspektif konstruksionis, media dianggap sebagai subjek dalam mengkonstruksi realitas sosial, yang mencakup aspek-aspek seperti bias, sudut pandang, dan keberpihakan (Djunnurain and Ade 2023). Media massa baik itu konvensional atau *online* mempunyai peranan besar dalam memicu perbincangan suatu peristiwa, dan sebagai perantara dalam membentuk konstruksi realitas, maka dari itu, media seharusnya memposisikan diri untuk kepentingan umum dan berpihak pada masyarakat, namun pada umumnya media memposisikan diri lebih dominan pada keberpihakan dengan kepentingan kapitalis, menjadi alat kekuasaan atau kepentingan kelompok tertentu, dan pencitraan politik. Hal tersebut mengakibatkan ketidakpuasan masyarakat dan mempertanyakan terhadap netralitas media. Dalam pemberitaan, sedikit media yang secara akurat mencerminkan realitas sebagaimana adanya, dikarenakan berbagai faktor atau pengaruh baik dari dalam maupun luar media itu sendiri. Hal ini disebabkan bahwa media tidak terpaku berada dalam satu ruang yang tetap, melainkan dalam lingkup sosial yang terus berkembang (Nugraha et al., 2022).

### **3. Berita Media Online**

Berita merupakan suatu bentuk penyajian informasi-informasi yang bersifat faktual, aktual, dan dapat menarik perhatian publik, berita dipublikasikan melalui berbagai media massa untuk disajikan kepada khalayak, yang mana berita merupakan suatu kebutuhan tidak terbantahkan bagi seluruh kalangan masyarakat (Effendy et al. 2023). Informasi-informasi yang disajikan dalam suatu berita sangat dibutuhkan oleh publik setiap harinya, untuk mengikuti segala perkembangan dan pengetahuan baru. Sebuah berita tentunya harus memiliki nilai berita, nilai berita biasa digunakan oleh jurnalis untuk menentukan fakta yang pantas dan baik untuk dijadikan berita yang akan disampaikan kepada publik (Masitoh, Nursanta, and Wulandari 2022). Istilah berita berasal dari bahasa Sanskerta, secara etimologi berarti "kejadian" atau "yang sedang terjadi", jadi penggunaan Istilah "berita" merujuk pada laporan informasi mengenai kejadian yang sedang terjadi atau baru saja terjadi. Jadi, dapat disimpulkan berita merupakan sebuah laporan peristiwa yang dipublikasikan atau disiarkan melalui media massa, yaitu berupa fakta atau gagasan, yang mengandung unsur 5W+1H, dan nilai-nilai berita di dalamnya (Effendy et al. 2023).

Seiring dengan berkembangnya teknologi, penyajian informasi atau berita turut mengalami perubahan, terlihat sejak penyebaran informasi melalui media *online*. Media *online* sering disebut juga *New Media* atau media baru, yaitu sebagai sarana komunikasi yang penggunaannya memanfaatkan Internet, sifatnya fleksibel dan interaktif (Mondry, 2008 dalam Feroza & Misnawati, 2021). masyarakat (Feroza and Misnawati 2021). Media *online* aktif dalam memberitakan suatu peristiwa dengan hampir tiap menit kecepatannya dalam update suatu informasi. Media *online* juga memiliki keunggulan yaitu dianggap lebih efektif dibandingkan dengan media konvensional dalam menyebarkan informasi atau berita ( Nugraha et al., 2022). Namun perlu diperhatikan, media *online* juga sudah banyak menjadi tempat dalam penyebaran berita bohong, publik dituntut untuk berpikir kritis dan bijak dalam mengolah informasi dari berbagai media *online*.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivisme, dengan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif, paradigma konstruktivisme memandang bahwa suatu realitas dipercayai telah diciptakan oleh individu dan setiap individu memiliki pandangan yang unik terhadap realitas karena perbedaan latar belakang (Kriyantono dalam Komunikasi and Luhur 2024). Paradigma ini digunakan oleh para peneliti, karena bertujuan untuk melihat fenomena realitas, peneliti ingin memahami bagaimana media *online* seperti BBC News dan Suara.com dalam mengkonstruksi atau membingkai berita atas realitas yang terjadi pada kasus kontroversial *Campaign ZARA Atelier “The Jacket”*.

Peneliti menggunakan metode analisis *framing* dengan model yang dikembangkan oleh Robert N. Entman dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan dokumentasi. Teknik dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen berita yang dipublikasikan media *online* BBC News dan Suara.com, sedangkan observasi merupakan metode yang dilakukan dengan melibatkan segala bentuk pencatatan, pemilihan, penyusunan, penandaan, dan penggantian berdasarkan pengamatan terhadap subjek penelitian (Alberto, Simarmata, and Yuliana 2023). Untuk menguji keabsahan data penelitian ini, digunakan teknik triangulasi data sebagai cara untuk memverifikasi atau mengecek dan juga memperkaya data. Triangulasi data itu sendiri merupakan teknik untuk memastikan keabsahan data dengan memanfaatkan sumber lain diluar data itu sendiri, baik untuk pemeriksaan maupun perbandingan (Muhsin 2024). Teknik triangulasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggabungkan data dari berita BBC News dan Suara.com serta triangulasi data teori dengan mengacu pada beberapa literatur seperti analisis *framing* model Robert N. Entman sebagai acuan.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *framing* Robert N. Entman yang melibatkan beberapa tahapan pengolahan seperti pengumpulan data pemberitaan, kemudian data tersebut disaring dan direduksi setelah melalui proses seperti membaca atau memahami serta menandai hal-hal yang perlu ditandai, untuk kemudian dianalisis oleh peneliti menggunakan suatu model skema analisis *framing* Robert N. Entman, dan selanjutnya untuk dapat menguraikan atau mendeskripsikan hasil analisis hingga menarik suatu kesimpulan.

## HASIL

Peneliti melakukan analisis *framing* terhadap pemberitaan kasus kontroversial *campaign ZARA* pada portal berita BBC News dan Suara.com menyajikan masing-masing dua artikel berita. Berikut rincian berita tersebut disajikan dalam tabel :

Tabel 1 1. Sampel Berita BBC News dan Suara.com

Judul	Media
<i>Zara advert accused of resembling Gaza images</i> (bbc.com)	BBC News (12 Desember 2023)
<i>Zara says it regrets Gaza images misunderstanding</i> (bbc.com)	BBC News (12 Desember 2023)

Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina Palestina (suara.com)

Suara.com  
(13 Desember 2023)

Boikot ZARA! Viral Aksi Protes Wanita Beratribut Palestina Sebar 'Pocong' di Pondok Indah Mall (suara.com)

Suara.com  
(20 Desember 2023)

Objek Penelitian berjumlah empat berita terkait kasus kontroversial *campaign* ZARA Atelier pada koleksi ke-4 terbarunya yaitu “*The Jacket*”. Peneliti akan mengkaji berdasarkan beberapa konsep elemen penting pada analisis *framing* yang dikemukakan Robert N. Entman, diantaranya yaitu pendefinisian masalah, diagnosis penyebab, membuat keputusan moral, dan menekankan penyelesaian. Elemen tersebut yang akan dikembangkan dan dijelaskan dari masing-masing berita tersebut. Pembingkai berita dilakukan dengan mengamati elemen-elemen tertentu seperti pada penulisan judul berita, gambar yang disertakan, serta berapa kali nama-nama pihak terkait disebutkan (Boer, Pratiwi, and Muna 2020). Dalam mengkonstruksi berita baik BBC News dan Suara.com terkait pemberitaan kasus *campaign* ZARA, terlihat bagaimana keduanya dalam menekankan penulisan seperti pada judul berita, memiliki gaya yang berbeda. Secara garis besar keseluruhan berita dari BBC New dan Suara.com menceritakan tentang bagaimana reaksi publik dalam menanggapi maksud dari *campaign* ZARA “*The Jacket*”, kedua media tersebut juga menjelaskan bagaimana tanggapan ZARA dalam menyikapi kasus tersebut.

## 1. Analisis Framing di BBC News

### a) Judul Berita Pertama : “*Zara advert accused of resembling Gaza images*”

Tabel 1 2. Zara advert accused of resembling Gaza images

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	<i>ZARA Atelier's “The Jacket” campaign which the public found offensive because it resembled images of Gaza victims.</i>
<i>Diagnoses Causes</i> (Sumber masalah)	ZARA
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	<i>The Advertising Standards Authority (ASA) said that it had received 50 complaints about ZARA Atelier's “The Jacket” campaign, with public responses arguing that the images were similar to those that emerged of Gaza victims after the Israeli bombing.</i>
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	<i>The BBC understands that the ZARA campaign was created in July and shot in September before the Israel-Gaza conflict. ZARA has removed some of the images and the ASA also reviewed the complaint but did not investigate the campaign.</i>

Sumber : (bbc.com)

#### ***Define Problems* (Definisi masalah)**

Pendefinisian masalah adalah bagian utama dari *framing* yang menyoroti cara media memaknai isu. Pada pemberitaan ini jurnalis BBC News menjelaskan awal mula masalah yang dihadapi ZARA, adalah adanya kasus *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*”, yang mana publik beranggapan bahwa *campaign* tersebut mirip dengan foto korban Gaza. Penekanan terlihat pada Judul berita “*Zara advert accused of resembling Gaza images*” dimana judul berita ini mendefinisikan masalah terkait isu yang dibicarakan oleh publik, dan diperkuat juga dimana jurnalis menyebutkan bahwa salah satu foto menunjukkan model memegang manekin yang dibungkus kain putih, dengan latar belakang batu retak, patung dan eternit yang rusak, dan juga di salah satu toko ZARA di Spanyol memiliki etalase dengan beberapa alat peraga serupa dengan yang digunakan dalam foto *campaign*. Penekanan tersebut yang menjadi pemicu publik atau beberapa orang di media sosial yang berpendapat mirip dengan foto korban Gaza.

### **Diagnoses Causes (Sumber masalah)**

Penyebab masalah atau sumber permasalahan yang ingin ditegaskan dan dibingkai oleh BBC News pada berita ini adalah ZARA sebagai aktor permasalahan. Hal tersebut terlihat dengan jelas dari judul berita dan kata ZARA yang disebut beberapa kali, dan juga alasan ZARA yang menjadi sumber masalah dan mendapatkan kecaman keras adalah karena ZARA mengeluarkan *campaign* Atelier koleksi ke-4 nya dengan tema menurut sebagian orang menyerupai foto korban Gaza, karena bertepatan *campaign* tersebut dikeluarkan saat isu konflik Israel-palestina sedang banyak dibicarakan, jurnalis BBC juga memaparkan bahwa ZARA menolak berkomentar akan hal tersebut.

### **Make Moral Judgement (Membuat keputusan moral)**

Elemen ini digunakan untuk memberikan argumentasi atau membenarkan pada bagian pendefinisian masalah yang telah dibuat. Dalam berita ini jurnalis BBC News menyoroti dan memuat nilai moral berupa pernyataan terkait dugaan pada *campaign* ZARA, yakni pernyataan dari ASA atau otoritas standar periklanan, ASA menyatakan bahwa telah menerima 50 pengaduan tentang *campaign* media sosial ‘*The Jacket*’, juru bicara ASA mengatakan “kami telah menerima 50 pengaduan tentang *campaign* ini”. Pengadu berpendapat bahwa foto tersebut merujuk pada konflik Israel-Hamas saat ini dan bersifat ofensif”. Jurnalis juga menuliskan bahwa banyak sekali pengguna media sosial yang berkomentar menyerukan boikot terhadap perusahaan ZARA dalam akun media sosialnya. Pernyataan-pernyataan tersebut merupakan bentuk dari reaksi atau respon publik terhadap kasus *campaign* ZARA.

### **Treatment Recommendation (Menekankan penyelesaian)**

Saran Penyelesaian masalah dalam berita ini atau jalan yang dikehendaki jurnalis yaitu melalui kutipan pada beritanya, yang menekankan bahwa mereka telah mendapat informasi mengenai *campaign* tersebut, yaitu konsep *campaign* telah dirancang di bulan Juli dan dipotret pada bulan september sebelum konflik Israel-Palestina dimulai. Jurnalis BBC juga menekankan tindakan ZARA yang telah menghapus beberapa foto *campaign* untuk produk Atelier koleksi ke-4 “*The Jacket*” yang sudah tidak ada lagi dalam aplikasi media sosial atau situs web perusahaan. Pihak ASA juga menambahkan akan meninjau pengaduan atau keluhan-keluhan yang ada, namun tidak untuk menyelidiki *campaign* tersebut.

### **b) Judul Berita kedua : “Zara says it regrets Gaza images misunderstanding”**

Tabel 1 3. *Zara says it regrets Gaza images misunderstanding*

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	<i>ZARA Atelier's “The Jacket” campaign that some people thought resembled images of Gaza victims. ZARA said that they regretted it and that there was a misunderstanding.</i>
<i>Diagnoses Causes</i> (Sumber masalah)	ZARA
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	<i>Zara thinks that the perception of the public is a far cry from what was intended when they were created.</i>
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	<i>Zara regrets the misunderstanding and reiterates their deep respect for everyone.</i>

Sumber : (bbc.com)

### **Define Problems (Definisi masalah)**

Dalam pemberitaan ini, jurnalis BBC menekankan bahwa *Define Problems*-nya adalah kasus *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*” yang dianggap publik bahwa *campaign* tersebut menyerupai foto korban Gaza. Selain itu, berita ini berfokus pada pernyataan ZARA, yaitu yang menyesali dan menegaskan bahwa terjadi adanya kesalahpahaman terkait dengan masalah *campaign* ZARA tersebut. Penekanan tersebut dibuktikan pada judul berita “*Zara says it regrets Gaza images misunderstanding*”

dimana kalimat yang digunakan oleh jurnalis BBC berfokus atau menyoroti pernyataan ZARA yang menyesali atas kesalahpahaman yang terjadi, menekankan bahwa apa yang diasumsikan publik tidak benar. Dari judul tersebut terlihat jurnalis BBC News menyampaikan informasi terkait pernyataan ZARA yang diupload pada media sosial Instagramnya, pada tanggal 12 Desember 2023.

**Diagnoses Causes (Sumber masalah)**

Sumber masalah yang ingin ditegaskan jurnalis dalam berita ini adalah foto-foto *campaign* yang dilakukan ZARA sebagai penyebab permasalahan, foto tersebut dianggap menyerupai korban Gaza. Waktu dalam mempublikasikan *campaign* tersebut juga merupakan faktor pemicu, dimana waktu tersebut berdekatan dengan isu konflik Israel-palestina yaitu peristiwa Hamas yang melancarkan serangan terhadap Israel dan Israel melakukan serangan balasan ke Gaza seperti apa yang dijelaskan oleh jurnalis. Jurnalis BBC menyoroti pernyataan ZARA yang menegaskan bahwa terdapat kesalahpahaman dalam asumsi-asumsi publik memaknai *campaign* “*The Jacket*”.

**Make Moral Judgement (Membuat keputusan moral)**

Pada pemberitaan ini, jurnalis terus menyoroti pernyataan ZARA yang menekankan bahwa asumsi publik dalam memaknai *campaign* “*The Jacket*” merupakan sebuah kesalahpahaman. Penekanan tersebut terlihat dari pernyataan ZARA yang ditulis jurnalis, yang mengatakan bahwa “publik melihat atau beranggapan pada *campaign* tersebut jauh dari maksud *campaign* produk dibuat”. Selain itu, juga menulis pernyataan ZARA terkait penjelasan bahwa *campaign* tersebut memperlihatkan beberapa gambar patung yang belum selesai di studio pematung, yang dibuat dengan maksud untuk menampilkan pakaian buatan tangan dalam konteks artistik atau seni. Namun, foto-foto yang telah dihapus tersebut menyebabkan ketidaknyamanan pada publik.

**Treatment Recommendation (Menekankan penyelesaian)**

Solusi penyelesaian yang dilakukan sebagai pembenaran atau argumentasi pada pemberitaan ini yaitu jurnalis BBC terus menegaskan pernyataan ZARA yang menunjukkan penyesalan atas kesalahpahaman tersebut dan menegaskan kembali rasa hormat yang mendalam terhadap semua orang mengenai tanggapan publik yang mengkaitkan *campaign* tersebut pada korban Gaza. ZARA telah menghapus postingan tersebut atas kritik atau masukan yang didapatkan dan meminta maaf atas segala luka yang tidak disengaja. Jurnalis BBC News juga menuliskan untuk menegaskan kembali bahwa sebelum mendapat reaksi keras, ZARA mengatakan *campaign* “*The Jacket*” merupakan sebuah latihan dalam desain terkonsentrasi yang dirancang untuk menampilkan aspek terbaik dari kemampuan kreatif dan manufaktur ZARA”.

**2. Analisis Framing di Suara.com**

**a) Judul Berita Pertama : “Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina Palestina”**

Tabel 1 4. Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	<i>Campaign</i> ZARA Atelier collection 4 “ <i>The Jacket</i> ” yang menjadi kontroversial, ZARA dikedam setelah merilisnya karena dianggap menyindir konflik di Gaza.
<i>Diagnoses Causes</i> (Sumber masalah)	ZARA
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	ZARA merilis pernyataan atas kasus kontroversial <i>campaign</i> “ <i>The Jacket</i> ”.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Pernyataan ZARA tidak mengandung permohonan maaf, dan Publik tidak puas dengan pernyataan tersebut.

Sumber : (suara.com)

### ***Define Problems (Definisi masalah)***

Pendefinisian masalah pada pemberitaan ini yaitu, jurnalis Suara.com yang menjelaskan awal mula masalah yang terjadi pada *brand* ZARA yang mendapat kritik setelah meluncurkan *campaign* terbarunya, dikarenakan *campaign* ZARA *Atelier collection 4 "The Jacket"* tersebut dianggap menyindir peristiwa konflik di Gaza. Jurnalis juga menuliskan dan menekankan bagaimana reaksi publik dalam menilai *campaign* tersebut, yang berisi ZARA dianggap menghina penderitaan masyarakat Gaza yang menimbulkan aksi boikot, dibuktikan dengan foto-foto yang ZARA tampilkan, dimana sang model berdiri sambil menggendong manekin yang dibungkus kain putih dengan dikelilingi reruntuhan puing beton serta peti kayu. Penekanan lainnya terlihat juga pada Judul berita "Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina Palestina" kalimat yang digunakan memberikan gambaran suatu tanggapan atau opini terutama pada penggunaan kalimat "Tak ada kata maaf" dari kalimat tersebut memperlihatkan bahwa media Suara.com cenderung mengemas judul berita dengan kalimat provokatif. Dimana setiap media memiliki aturan prinsip masing-masing dalam menuliskan judul berita, dan dalam penulisan judul menurut H.Sumadiri dalam buku jurnalistik Indonesia, bahwa judul memiliki beberapa syarat atau karakteristik yaitu provokatif, singkat dan padat, relevan, mencakup bahasa baku dan formal, representatif, dan spesifik (Effendy et al. 2023).

### ***Diagnoses Causes (Sumber masalah)***

Penyebab masalah dalam berita ini yang dikonstruksi oleh jurnalis Suara.com, yaitu ZARA yang menggunakan konsep atau tema yang menyerupai foto-foto korban Gaza dan mempublikasikannya ketika isu Israel-Palestina sedang panas dibicarakan, dan juga jurnalis menekankan terkait pernyataan ZARA yang hanya sebagai penjelasan mengenai konsep *campaign* mereka tanpa adanya permohonan maaf dalam pernyataan tersebut.

### ***Make Moral Judgement (Membuat keputusan moral)***

Jurnalis Suara.com menyoroti ZARA dalam memberikan pernyataan yang menggambarkan respon publik terhadap *campaign* ZARA *Atelier "The Jacket"* merupakan sebuah kesalahpahaman. Hal tersebut ditegaskan oleh ZARA dalam pernyataannya, di mana mereka menyatakan bahwa "*campaign* tersebut telah direncanakan sejak bulan Juli dan dipotret di bulan September dengan tujuan untuk memperlihatkan serangkaian foto patung yang belum selesai di studio pematung, dimaksudkan untuk menampilkan pakaian buatan tangan dalam konteks artistik. Namun, beberapa pelanggan merasa tersinggung oleh foto-foto tersebut, yang kemudian dihapus, dan menganggapnya secara berbeda dari maksud aslinya. ZARA menyampaikan penyesalannya atas kesalahpahaman tersebut dan menegaskan kembali rasa hormat yang mendalam terhadap semua orang".

### ***Treatment Recommendation (Menekankan penyelesaian)***

Saran atau solusi penyelesaian dalam berita ini yaitu dengan adanya klarifikasi atau pernyataan yang diberikan dari pihak ZARA, namun Pada paragraf akhir, jurnalis mengkonstruksi dan menulis bahwa pernyataan ZARA tidak mengandung permohonan maaf. Sebaliknya, ZARA lebih mengekspresikan penyesalan atas respon publik yang muncul terkait *campaign* ZARA *Atelier "The Jacket"*. Jurnalis juga menulis bahwa pernyataan ZARA membuat posisinya tidak stabil, karena tidak ada kalimat ungkapan permohonan maaf kepada korban Gaza di Palestina. Publik tidak puas dengan pernyataan ZARA dan masih menyerukan aksi boikot.

b) **Judul Berita Kedua : “Boikot ZARA! Viral Aksi Protes Wanita Beratribut Palestina Sebar 'Pocong' di Pondok Indah Mall”**

Tabel 1 5. Boikot ZARA! Viral Aksi Protes Wanita Beratribut Palestina Sebar 'Pocong' di Pondok Indah Mall

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	Sejumlah perempuan yang mengenakan atribut Palestina melakukan aksi protes secara damai di gerai ZARA, Pondok Indah Mall sebagai respon atau aksi protes atas <i>campaign</i> ZARA Atelier “ <i>The Jacket</i> ”
<i>Diagnoses Causes</i> (Sumber masalah)	Aksi ini terjadi dikarenakan <i>campaign</i> ZARA yang menyinggung korban Gaza yang dinilai menghina penderitaan mereka
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Dalam rekaman video yang diposting oleh akun @sarahmij14, memperlihatkan beberapa perempuan memasang poster yang menggambarkan penderitaan masyarakat Palestina. Selain itu, mereka juga meletakkan miniatur jenazah yang dibungkus kain kafan.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Pihak manajemen ZARA tidak merasa terganggu oleh aksi protes tersebut dan tidak ingin membesarkannya.

Sumber : (suara.com)

***Define Problems* (Definisi masalah)**

Pada pemberitaan tersebut, memperlihatkan bagaimana jurnalis menjelaskan awal mula masalah yang terjadi, yaitu adanya beberapa perempuan yang mengenakan atribut Palestina melakukan aksi protes secara damai di gerai ZARA, Pondok Indah Mall, Jakarta Selatan, sebagai aksi boikot *brand* ZARA atas kontroversial *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*”, aksi tersebut viral di media sosial pada tanggal 17 Desember 2023. Jurnalis juga menyoroti pada judul berita “*Boikot ZARA! Viral Aksi Protes Wanita Beratribut Palestina Sebar 'Pocong' di Pondok Indah Mall*” terutama pada kalimat “*Boikot ZARA*” mengandung unsur representatif dan kata penekanan dari tanda seru, seolah menunjukkan konstruksi dari jurnalis yaitu untuk menegaskan adanya aksi boikot.

***Diagnoses Causes* (Sumber masalah)**

Dalam berita tersebut, jurnalis menjelaskan sumber masalah atau pemicu terjadinya aksi protes secara damai di gerai ZARA Pondok Indah Mall, merupakan akibat dari *campaign* ZARA yang dinilai sebagai bentuk penghinaan pada korban GAZA. Jurnalis juga menuliskan kalimat penggalan dalam video yang diunggah mengenai aksi tersebut bertuliskan “kami tidak akan berhenti sampai Palestina merdeka” kalimat tersebut menunjukkan bahwa publik akan terus melakukan aksi boikot pada *brand* ZARA.

***Make Moral Judgement* (Membuat keputusan moral)**

Dari berita tersebut, media Suara.com mbingkai bahwa aksi protes secara damai yang dilakukan sejumlah perempuan beratribut Palestina merupakan aksi sebagai bentuk memperjuangkan adanya nilai-nilai kemanusiaan. Jurnalis menekankan berita pada aksi protes yang mendapat perhatian luas di media sosial. Dalam video tersebut, terlihat beberapa perempuan meletakkan poster yang menyoroti penderitaan masyarakat Palestina, serta meletakkan miniatur jenazah yang dibungkus kain kafan. Jurnalis juga menuliskan pernyataan dari kepolisian yang membenarkan adanya aksi protes tersebut, yang berlangsung secara singkat tanpa diketahui pegawai ZARA.

### **Treatment Recommendation (Menekankan penyelesaian)**

Solusi Penyelesaian dalam pemberitaan ini menyoroti sikap pihak manajemen ZARA yang tidak menganggap serius aksi protes tersebut dan tidak ingin membesar-besarkannya. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan pihak kepolisian saat melakukan pengecekan langsung di lokasi kejadian, di mana mereka menyatakan bahwa “Setelah mengetahui hal tersebut, pegawai ZARA membuang guling kecil yang menyerupai kain kafan jenazah setelah difoto, tanpa menunjukkan keberatan atau melaporkan hal tersebut. Mereka beranggapan bahwa hal itu tidak perlu diperbesar”.

## **PEMBAHASAN**

Dari empat pemberitaan yang telah dianalisis, BBC News dan Suara.com sama-sama memberitakan terkait kasus kontroversial *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*” pada bulan desember 2023, dan kedua media tersebut memiliki karakteristik yang cukup berbeda ketika menjelaskan suatu berita, dan memberikan perspektif berbeda pula. Keduanya menjelaskan kejadian sesuai dengan kronologi yang ada meskipun tidak semua dijelaskan secara rinci dan sama.

Pada media *online* BBC News, peneliti memilih dua berita seperti yang tertera diatas, memperlihatkan bahwa BBC menggunakan *framing* berita yang menekankan dan mengikuti fakta yang terjadi sesuai dengan informasi apa adanya. Pada berita pertama dengan judul “*Zara advert accused of resembling Gaza images*” dari elemen *Define Problems*-nya, BBC menjelaskan awal mula masalah yang terjadi, yaitu ZARA yang meluncurkan *campaign* terbarunya bertajuk Atelier koleksi ke-4 yaitu “*The Jacket*” yang mendapatkan kecaman dari publik karena dianggap menyerupai foto para korban Gaza-Palestina, hal tersebut terlihat bahwa ZARA sendiri sebagai sumber permasalahan atau aktor. Lalu, BBC juga menjelaskan terkait respon publik yang menyerukan boikot dan menyertakan pernyataan dari pihak ASA mengenai pengaduan *campaign* tersebut, yang mana memperlihatkan adanya keberimbangan. Saran penyelesaian yang dikonstruksi oleh BBC dalam berita pertama adalah dengan menekankan bahwa pihak jurnalis BBC mendapat informasi mengenai *campaign* tersebut, dimana konsep *campaign* sudah dirancang jauh dari isu Israel-Palestina terjadi, dan menekankan tindakan ZARA yang telah menghapus foto-foto tersebut.

Kemudian pada pemberitaan yang kedua, yang berjudul “*Zara says it regrets Gaza images misunderstanding*”, BBC menjelaskan *Define Problems*-nya yang berfokus atau menyoroti pernyataan ZARA yang menyesali atas kesalahpahaman yang terjadi, dan menekankan bahwa apa yang diasumsikan publik tidak benar. BBC menekankan bahwa momen atau waktu ZARA dalam meluncurkan *campaign*-nya yang menjadi sumber masalah, dimana berdekatan dengan isu Israel-Palestina yang sedang diperhatikan seluruh dunia. BBC juga terus-menerus menyoroti pernyataan ZARA yang menegaskan bahwa apa yang dianggap publik mengenai *campaign* tersebut jauh dari apa yang dimaksudkan. Dan *treatment recommendation* atau penyelesaian yang ditekankan adalah BBC yang menegaskan kembali bahwa terjadinya kesalahpahaman dan menjelaskan maksud *campaign* tersebut, yang merupakan sebuah latihan dalam desain terkonsentrasi yang dirancang untuk menampilkan aspek terbaik dari kemampuan kreatif dan manufaktur ZARA. Pada pemberitaan ini, BBC menunjukkan sudut pandangnya dalam membingkai suatu realitas yang cenderung berfokus pada pernyataan ZARA, penekanan yang ditonjolkan dan terus berulang-ulang dalam isi pemberitaan tersebut selaras dengan pandangan Mc Combs dan Shaw (T. Michael Maher dalam Butsi, 2019) yang menganggap bahwa pemberitaan yang disajikan media secara berulang-ulang akan berdampak pada cara masyarakat memahami dan berpikir mengenai suatu masalah, dimana media memilih isu apa yang harus dipahami khalayak.

Sedangkan Suara.com dalam membingkai pemberitaan tersebut melalui sudut pandang yang berfokus pada opini publik, terlihat pada berita pertama yang berjudul “*Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina Palestina*”. Pada elemen *define problems*, suara.com menekankan bagaimana reaksi publik dalam menilai *campaign* tersebut dan sumber masalah atau aktor yang harus bertanggung jawab yaitu ZARA. Saran penyelesaian dalam pemberitaan ini adalah klarifikasi atau pernyataan ZARA yang mengatakan ini semua merupakan kesalahpahaman, namun, suara.com cukup gamblang dalam menegaskan bahwa ZARA dalam pernyataannya tidak mengandung permohonan maaf seperti yang tertulis pada isi berita, kalimat tersebut cenderung provokatif seperti yang terlihat pada penggunaan kalimat pada bagian judul “*Tak ada kata maaf*”, yang memperlihatkan

adanya penonjolan aspek yang berhubungan dengan peulisan fakta, dimana menurut Entman aspek-aspek yang ditekankan menjadi lebih menonjol dapat memberikan makna pada konstruksi berita dan juga membuatnya mudah diingat oleh khalayak serta memiliki potensi besar dalam mempengaruhi khalayak memaknai suatu realitas (Ningsih & Haryanti, 2021). Kalimat yang ditonjolkan tersebut seolah memperlihatkan konstruksi wartawan atau jurnalis suara.com terhadap kasus kontroversial *campaign* ZARA sesuai dengan apa yang publik asumsikan (menunjukkan dukungan).

Kemudian, pada berita selanjutnya yang berjudul “Boikot ZARA! Viral Aksi Protes Wanita Beratribut Palestina Sebar 'Pocong' di Pondok Indah Mall” merupakan berita kelanjutan setelah ZARA mengeluarkan pernyataan, dimana pemberitaan pada BBC News berhenti setelah pernyataan ZARA muncul, sedangkan Suara.com terus memberitakan situasi yang berhubungan dengan ZARA setelah kasus tersebut, baik yang ada dalam negeri atau berita internasional, seperti pada pemberitaan yang dipilih oleh peneliti. Pada berita kedua, suara.com menjelaskan *Define problems*-nya adalah dengan menekankan aksi protes secara damai di gerai ZARA oleh beberapa perempuan yang beratribut Palestina sebagai aksi boikot *brand* ZARA atas kontroversial *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*”. Pada judul berita terutama pada kalimat “Boikot ZARA” mengandung unsur representative dimana menggambarkan isi berita yang memberikan gambaran respon publik dan juga tanda seru diakhir kalimat mengandung kata penekanan atau penegasan yang memperkuat intonasi perintah dalam kalimat (Ekaningtiass and Fetriani 2021), menunjukkan konstruksi dari jurnalis yaitu untuk menegaskan adanya aksi boikot.

Pembingkai berita yang dilakukan oleh kedua media *online* tersebut, dengan menggunakan empat perangkat analisis Robert N. Entman, menunjukkan bahwa wartawan dalam industri media memiliki kemampuan untuk membentuk konstruksi realitas atau cara pandang suatu peristiwa dan sesuai dengan ideologi media mereka (Muthaqin, Syam, and Wahyuni 2021).

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis *framing* pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa BBC News dan Suara.com dalam mengemas suatu informasi ke dalam berita, memiliki persamaan berita namun mengemasnya dengan gaya dan perspektif yang berbeda. Media *online* BBC News dalam membingkai atau mengemas suatu berita sesuai dengan apa yang terjadi, terlihat dari pemberitaannya yang turut menjelaskan mengenai respon publik terhadap ZARA pada berita pertama dan pada berita kedua yang memperlihatkan bagaimana BBC News menekankan bahwa respon publik terhadap *campaign* ZARA Atelier “*The Jacket*” merupakan kesalahpahaman sesuai dengan pernyataan yang diberikan ZARA. Namun, sedikit cenderung berfokus pada perspektif ZARA, dibuktikan dengan penekanan-penekanan dalam berita tersebut.

Sedangkan media *online* Suara.com dalam membingkai terlihat gamblang berfokus pada opini publik, dibuktikan dari penonjolan aspek pada penulisan fakta, yaitu kata atau kalimat yang digunakan, seperti pada judul dan isi berita yang, yang secara gamblang menuliskan “Tak ada kata maaf” pada judul berita. Selain itu, kalimat dalam isi berita yang merujuk pada ZARA yang mengeluarkan pernyataan tanpa adanya permohonan maaf, memperlihatkan sudut pandang yang berbeda dalam membingkai informasi walaupun dengan isu atau topik yang sama dengan media BBC News. Lalu, terlihat juga Suara.com terus memberitakan berita-berita kelanjutan mengenai aksi boikot terhadap *brand* ZARA seperti pada berita kedua, seolah menunjukkan dukungan pada aksi boikot tersebut.

Dari kesimpulan tersebut, adapapun saran penelitian ini tertuju pada khalayak untuk lebih bijak dan cermat dalam menyaring suatu informasi, karena apa yang kita baca dan pahami dapat membentuk perspektif cara kita memandang peristiwa. terutama pada media online, dimana pada media online tidak semua menyajikan berita dengan akurat dan tepat atau lebih tepatnya karena sudah maraknya informasi Hoax berkat kemajuan teknologi.

Penelitian ini juga dapat diharapkan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan analisis *framing* terutama pada model Robert N Entman dan mengenai pemberitaan berita pada media *online* atau konvensional, dimana peneliti melihat bahwa setiap media dalam memberitakan informasi memiliki sudut pandang dan gaya penyampaian yang berbeda terutama pemberitaan yang memicu kontroversi, oleh karena itu peneliti berharap dapat

membantu peneliti lain kedepannya untuk semakin menyempurnakan penggunaan framing, terutama pada model ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alberto, Michael, Imanuel Simarmata, and Nina Yuliana. 2023. "Analisis *Framing* Konflik Israel-Palestina Dalam Sindonews.Com Dan Cnn Indonesia." *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 2(9):2023–54.
- Boer, Kheyene Molekandella, Mutia Rahmi Pratiwi, and Nalal Muna. 2020. "Analisis *Framing* Pemberitaan Generasi Milenial Dan Pemerintah Terkait Covid-19 Di Media Online." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1):85–104. doi: 10.15575/cjik.v4i1.8277.
- Butsi, Febry Ichwan. 2019. "Mengenal Analisis *Framing* : Tinjauan Sejarah Dan Metodologi." *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* 1(2):52–58.
- Djunnurain, Mihafsony, and Chandra Ade. 2023. "KEBERPIHAKAN MEDIA DALAM TRAGEDI KANJURUHAN." 2(1):64–74.
- Effendy, Erwan, Zakaria, Azlisa, and Anggarana. 2023. "Dasar Dasae Penulisan Berita." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5(2):4042–44.
- Ekaningtiass, Prillia, and Mery Petriani. 2021. "Kalimat Imperatif Dalam Ceramah Kyai Duri Ashari." *Seulas Pinang: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 3(2):25–31. doi: 10.30599/spbs.v3i2.1257.
- Feroza, Cindie Sya'bania, and Desy Misnawati. 2021. "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan." *Jurnal Inovasi* 15(1):54–61. doi: 10.33557/ji.v15i1.2204.
- Hakim, Lukman. 2024. "Analisis *Framing* Pemberitaan Pembakaran Al-Qur ' an Di Media Online Analisis *Framing* Pemberitaan Pembakaran Al- Qur ' an Di Media Online." (January). doi: 10.15642/jicos.2023.1.2.1-12.
- Intan, Permatasari. 2022. "Analisis *Framing* Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres Di 2024: Pada Media Online Cnnindonesia.Com Dan Tempo.Co." *Perspektif* 1(6):616–24.
- Kadek, Ni, Sri Rejeki, Ni Made, Ras Amanda, Ni Luh, and Ramaswati Purnawan. 2021. "Analisis *Framing* Pemberitaan Kerusuhan Pasca Pemilu 2019 Pada Majalah Tempo."
- Kartini dkk. 2020. "Metode Analisis *Framing* Dalam Media Sosial." *Jurnal Edukasi Nonformal* 3(2):142.
- Komunikasi, Fakultas, and Universitas Budi Luhur. 2024. "Analisis *Framing* Media Online Kompas . Com Dan CNN Indonesia Pada Pemberitaan Konflik Hamas Dan Israel." 5(April):13–18.
- Kurniawan, Ade, and Eka Fitri. 2022. "Analisis *Framing* Pemberitaan Buzzer Di Tempo . Co." 1(1):1–15.
- Masitoh, Siti, Edy Nursanta, and Christiana Wulandari. 2022. "Pengaruh Nilai Berita Dan Kredibilitas Media Akun Instagram @Kompascom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12(1):31–41.
- Muhsin, Ulul Azmi. 2024. "Analisis *Framing* Pemberitaan Klithih Pada Media Lokal Harian Jogja." 7(1).
- Muthaqin, Farid, Hamdani M. Syam, and Putri Wahyuni. 2021. "Ideologi Media Dan *Framing* Pada Pemberitaan Perusakan Rumah Ibadah Di Kompas Dan Republika." *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 4(2):63. doi: 10.22373/jp.v4i2.10821.
- Ningsih, Tri Wahyu Retno, and Dwi Asih Haryanti. 2021. "Analisis *Framing* Media Online Dalam Pemberitaan Mui Boikot Produk Perancis Pada Berita Detik.Com Dan Cnnindonesia.Com." *BroadComm* 3(2):1–14. doi: 10.53856/bcomm.v3i2.222.
- Nugraha, Pratiwi Purna, Mursalim Mursalim, and Muliadi Mau. 2022. "Penyerangan Mabes Polri Dalam Bingkai Media (Analisis *Framing* Tribunnews.Com Dan Republika.Co.Id)." *Jurnal Komunikatif* 11(1):65–75. doi: 10.33508/jk.v11i1.3721.
- Ramadani, Mutiara. ..., Khaerudin Kurniawan, and Ahmad Fuadin. 2024. "Menguak Bias Media Dalam

- Pemberitaan Konflik Israel-Palestina: Sebuah Analisis Konten Kritis.” *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra* 10(1):887–905. doi: 10.30605/onoma.v10i1.3392.
- Ramadhan, Dedy Ardiansyah, Sitti Sakinah Noviyanti Hamid, and Ali Alamsyah Kusumadinata. 2023. “Analisis *Framing* Pemberitaan Media Narasi Tentang Tragedi Kanjuruhan Malang.” *Karimah Tauhid* 2(1):51–59.
- Shahzad, Farrukh, Tehmina Ashfaq Qazi, and Rida Shehzad. 2023. “*Framing* of Israel and Palestine Conflict in RT News, Al-Jazeera, CNN & BBC News.” *Global Digital & Print Media Review* VI(II):1–14. doi: 10.31703/gdpmr.2023(vi-ii).01.
- Sucipta, Johantan Alfando Wikandana, and Rizky Chandra Kurniawan. 2021. “Analisis *Framing* Pemberitaan Media Online Detik.Com Dan Kompas.Com Mengenai Kebijakan Kaltim Silent.” *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 13(1):37–49. doi: 10.34001/an-nida.v13i1.2171.
- Udayanga, S., and K. Sandaruwanb. 2021. “Vidyodaya Journal of Humanities and Social Sciences.” *Researchgate.Net* 06(1):43–51. doi: 10.32996/jhsss.