

ANALISIS FRAMING PEMBERITAN REVISI UU TERORISME PASCA SERANGAN BOM SARINAH
PADA MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN KOMPAS.COM

*FRAMING ANALYSIS ABOUT THE REVISED OF TERRORISM LAW NEWS ON ONLINE MEDIA
DETIK.COM AND KOMPAS.COM*

Mutia Dharma¹, Reni Nuraeni², Lucy Pujasari Supratman³

¹Mahasiswa Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

²Dosen Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

³Dosen Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

¹dharmamutia94@gmail.com, ²rezn_ns@yahoo.com, ³doktorlucysupratman@gmail.com,

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pembingkai berita yang dilakukan oleh media *online* Detik.com dan Kompas.com dalam pemberitaan revisi Undang-Undang (UU) terorisme pasca serangan bom Sarinah. Berita yang di analisis dari kedua media tersebut adalah berita yang memiliki tanggal terbit yang berdekatan dan tema yang sama, namun memiliki perbedaan pada penyampaian isi. Metode analisis yang digunakan adalah *framing* Pan dan Kosicki. Dalam menganalisis, metode ini menggunakan empat struktur yang terdiri dari, Struktur Sintaksis yakni bagaimana wartawan menyusun peristiwa. Struktur Skrip yakni bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa kedalam bentuk berita. Struktur Tematik yakni bagaimana wartawan mengungkapkan padangan peristiwa dalam proposis kalimat, tata hubungan antar kalimat yang membentuk secara keseluruhan dan Struktur Retoris yakni bagaimana wartawan menekankan arti tertentu kedalam berita. Hasil dari penelitian menunjukkan pembingkai berita oleh media *online* Detik.com terkesan lebih netral, sedangkan pembingkai berita oleh Kompas.com lebih berani dan kritis menanggapi perkembangan revisi UU Terorisme. Baik Detik.com dan Kompas.com, isi beritanya mengarah ke pemberitaan positif tentang perkembangan revisi UU Terorisme.

Kata kunci : pembingkai, Pan dan Kosicki, media *online*, revisi UU Terorisme.

Abstract

This research discussed on how news report on online media Detik.com and Kompas.com framed about The Revised of Terrorism Law After Sarinah Bomb Attack . The news has been analyzed from these two media. The news has been published at the same time with the same theme, but have differences in content delivery. The method of this research was Pan and Kosicki framing model. This method uses four type of structural dimensions that consist of Syntactic structures which correspond on how reporter constructs the event. Script structures which correspond on how reporter tells the event and make into a news, Thematic sturctures which correspond on how reporter reveals his/her point of fiew about event and make it into proposition and sentences, also Rhetorical sturctures which correspond on how reporter emphasizes some meaning into the news. The results of this research showed framing between Detik.com and Kompas.com, news content lead to positive news about progress the revised of Terrorism Law. Online media Detik.com seem neutral, while news framing by Kompas.com more daring and critically respond about the development of the revision Terrorism Law.

Keywords: *framing, Pan and Kosicki, online media, revised of the Terrorism Law.*

1. Pendahuluan

Salah satu kejahatan yang marak diperbincangkan oleh warga dunia adalah terorisme, meskipun bukan bentuk kejahatan baru namun sampai saat ini warga dunia masih was-was dengan adanya berbagai ancaman terorisme. Terorisme tidak hanya terjadi pada daerah yang sedang terlibat sengketa dan perang, namun juga terjadi di beberapa negara maju dan berkembang. Di Indonesia sendiri terorisme merupakan sebuah ancaman keamanan negara, berbagai aksi teror terjadi di beberapa kota. Teroris melancarkan aksinya dengan target yang beragam, mulai dari menyasar fasilitas umum, aset milik warga asing hingga menargetkan aparat kepolisian. Peristiwa aksi teror terbaru di Indonesia terjadi pada hari Kamis tanggal 14 Januari 2016. Aksi teror ini kembali menghebohkan

masyarakat dengan serangkaian serangan bom yang terjadi di Ibukota Jakarta, tepatnya di kawasan Sarinah, Thamrin. Berdasarkan keterangan Kabid Humas Polda Metro Jaya, Kombes Pol Mohammad Iqbal mengacu pada hasil rekaman CCTV sekitar pukul 10.40 terjadi ledakan bom pertama di Starbucks *Cafe*, Gedung Cakrawala. Dalam peristiwa ini lima pelaku tewas, dua di pos polisi, tiga di sekitar Starbucks. Korban tewas lainnya adalah dua warga sipil (satu WNI, satu warga Belanda). Sebanyak dua puluh empat orang juga terluka. Polisi menemukan lima bom yang belum meledak (<http://nasional.tempo.co/>, diakses pada 26 Januari 2016, 08:42).

Indonesia bisa dikatakan belum aman dari terorisme. Gerakan-gerakan pemberontak masih belum bisa diberantas dan ditambah dengan isu perekrutan anggota ISIS di Indonesia. Perlu penanganan serius dalam menghadapi terorisme di Indonesia agar tidak menimbulkan kekacauan dan rasa ketakutan dalam negara. Dalam meningkatkan keamanan dan kenyamanan negara dari ancaman terorisme, sehari pasca serangan bom di Sarinah Menteri Koordinator Politik, Hukum dan Keamanan, Luhut Binsar Pandjaitan menyampaikan bahwa akan meminta DPR untuk merevisi Undang-Undang No 15 Tahun 2003 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme agar ada kebijakan baru yang lebih menitikberatkan pada upaya preventif atau pencegahan aksi terorisme di Indonesia (<http://nasional.kompas.com/read/2016/01/15/11254551/Menko.Polhukam.Wacanakan.Revisi.UU.Terrorisme>, diakses pada 26 Januari 2015, 16:30). Pemberitaan tentang revisi UU Terorisme belakangan ramai diperbincangkan di media massa dan media online, rencana ini menuai dukungan dan penolakan, hingga akhirnya lembaga-lembaga negara sepakat untuk melakukan revisi dalam rangka perluasan cakupan penindakan terorisme.

Dalam studi ini peneliti melakukan penelitian analisis *framing* pada pemberitaan media *online* tentang revisi UU Terorisme pasca serangan bom Sarinah pada Detik.com dan Kompas.com, yang merupakan media online paling banyak diakses di Indonesia. Penelitian menggunakan model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model Pan dan Kosicki banyak diadaptasi pendekatan linguistik dengan memasukkan elemen, seperti pemakaian kata, pemilihan struktur, dan bentuk kalimat yang mengarahkan bagaimana peristiwa dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002:327-329).

2. Tinjauan Teori

2.1 Komunikasi Massa

Menurut Nurani Soyomukti (dalam Soyomukti. 2010: 192), komunikasi massa adalah suatu proses tempat suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Menurut Susanto (dalam Hikmat. 2010: 52-53), aktivitas dalam komunikasi massa merupakan aktivitas sosial yang berlaku pada kehidupan masyarakat secara umum. Salah satu aktivitas pokok dalam komunikasi massa adalah sebagai transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dalam proses aktivitas komunikasi massa, media massa dapat menyebarkan informasi, pengetahuan, bahkan dapat membentuk opini publik. Keadaan tersebut akan dapat memengaruhi sikap dan tingkah laku politik dalam masyarakat.

2.2 Media Massa

Menurut John Vivian (dalam Vivian. 2008: 453), media massa adalah sarana yang membawa pesan komunikasi massa. Media massa utama adalah buku, majalah, koran, televisi, radio, rekaman, film, dan internet atau web. Ada empat fungsi dan sekaligus manfaat media massa. Pertama, menghimpun dan menyebarkan informasi bagi khalayak masyarakat. Dengan adanya media komunikasi massa itu, berbagai informasi bisa diliput dan disiarkan, baik melalui koran, tabloid, majalah, radio, televisi maupun internet. Kedua, memberikan pendidikan bagi khalayak masyarakat. Berbagai informasi yang disiarkan di surat kabar dan media elektronik mengandung nilai-nilai edukatif. Ketiga, sebagai media hiburan bagi khalayak masyarakat. Keempat, sebagai alat kontrol sosial dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara (Machmud. 2011: 9-10).

2.3 New Media

Menurut Denis McQuail (2011: 148), media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagai ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan, tetapi media baru dan penerapannya yang memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung/tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa tradisional. Fokus perhatian terutama pada aktivitas kolektif bersama yang berjudul „internet“. Menurut LaQuey (dalam Ardianto dan Komala. 2004: 143), yang membedakan internet (dan jaringan global lainnya) dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Tak ada media yang memberikan kemampuan setiap penggunanya untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan

orang. Menurut Reddick dan King (1996) (dalam Ardianto dan Komala. 2004: 145 dan 147), informasi yang menarik, tepat waktu dan cermat sangat penting untuk jurnalisme yang baik. Dalam seabad terakhir ini, pekerjaan seorang wartawan ditentukan oleh peluangnya mendapat informasi. Hampir di setiap bidang yang menarik menurut wartawan, peluang untuk mendapat informasi melalui jaringan komputer (internet) meningkat dengan pesat.

2.4 Jurnalisme Online

Rafaeli dan Newhagen (dikutip dari Baroon. 2001: 6; dalam Dautze. 2001; dilansir oleh Santana. 2005: 137) mengidentifikasi lima perbedaan utama antara jurnalisme *online* dan media massa tradisional: 1) Kemampuan internet untuk mengombinasikan sejumlah media, 2) kurangnya tirani penulis atas pembaca, 3) tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak, 4) internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung, dan 5) interaktifitas web. Menurut Suryanto (2015: 405) perkembangan jurnalisme dan industri media di Indonesia cukup pesat. Di antara negara-negara anggota ASEAN, pers di Indonesia bersama Filipina lebih bebas dibanding pers di negara seperti Singapura dan Malaysia. Di Indonesia jurnalistik media *online* dapat dilihat dari bermunculannya situs-situs berita, seperti detik.com, okezone.com, inilah.com, vivanews.com, dan kapanlagi.com. Bahkan koran-koran seperti Kompas, Media Indonesia, Republika, Koran Tempo, Rakyat Merdeka juga memperkuat berita cetaknya dengan versi *online*. Ada pula yang dikelola secara terpisah, mandiri dan profesional, seperti tempointeraktif.com.

2.5 Berita

Suryawati memaparkan (dalam Suryawati. 2011: 67), berita merupakan informasi yang layak disajikan kepada publik. Berita yang tergolong layak adalah informasi yang sifatnya faktual, aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik. Biasanya berita berupa pernyataan yang dipublikasikan melalui media massa.

2.5.1 Jenis Berita

Menurut Suryawati (dalam Suryawati. 2011: 70-72), berita dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yang pertamaberita berat (*hard news*). *Hard news* adalah berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi. Tergolong berita langsung, aktualitas merupakan unsur penting dari berita ini. Kedua, berita ringan (*soft news*) sering kali disebut juga dengan *feature*, berita yang tidak terkait dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. Berita semacam ini lebih menitikberatkan pada hal-hal yang dapat menakjubkan atau mengherankan pemirsa. Ketiga, berita mendalam (*indepth news*). *Indepth news* adalah berita yang memfokuskan pada peristiwa/fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita. Berita mendalam menempatkan fakta dan atau pendapat pada satu mata rantai laporan berita dan merefleksikan masalah dalam konteks yang lebih luas. Berdasarkan materi isinya, Sumadiri (dalam Suryawati. 2011: 72) mengelompokkan berita kedalam: berita pernyataan pendapat, ide atau gagasan (*talking news*), berita ekonomi, berita politik, berita sosial masyarakat, berita pendidikan, berita hukum dan keadilan, berita perang, berita hiburan, berita daerah, berita nasional, dan berita lainnya.

2.5.2 Nilai berita

Menurut Brian S. Brook (dalam Suryawati. 2011: 78-80), dimensi nilai-nilai berita adalah sebagai berikut : Aktual (*Timeliness*), Keluarbiasaan (*Unusualness*), Kedekatan (*Proximity*), Informasi (*Information*), Konflik (*Conflict*), Orang penting (*Public figure/news maker*), Kejutan (*Suprising*), Ketertarikan manusia (*Human interest*), Seks (*Sex*). Nilai berita yang mesti diutamakan dalam setiap berita, bukan semata-mata tergantung pada wartawan sebagai pihak yang bertugas mencari dan menulis berita, melainkan bergantung pada media tempat wartawan itu bekerja dan karakteristik khalayak dari mediana (Suryawati. 2011: 80).

2.6 Konstruksi Realitas Berita

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in Sociological of Knowledge* (1996). Berger dan Luckmann (dalam Bungin. 2008: 14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman „kenyataan“ dan „pengetahuan“. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki

karakteristik yang spesifik. Berger dan Luckmann (dalam Bungin. 2008: 15) juga mengatakan institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi, Obyektivitas baru bisa terjadi melalui definisi subyektif yang sama.

Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media massa nantinya mendasari respon dan sikap khalayak terhadap berbagai obyek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula pada khalayak, sehingga akan memunculkan respon dan sikap yang salah juga terhadap obyek sosial itu. Karenanya media massa dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral penyajian isi media (Budianto. 2011: 30).

2.7 Framing Model Pan dan Kosicki

Model *Framing* ini diperkenalkan lewat suatu tulisan di *Jurnal Political Communication*, Vol.1, No.1, 1993, hlm. 55-75, dengan judul "*Framing Analysis: An Approach to News Discourse*", yang semula merupakan makalah yang dipresentasikan pada konvensi Asosiasi Komunikasi Internasional di Florida. Media dipandang disini sebagai bagian dari diskusi publik secara luas. Bagaimana media dapat membentuk bingkai dan kemasan tertentu kepada khalayak, dan bagaimana partisipan politik melakukan pemaknaan dan konstruksi atas peristiwa untuk disediakan kepada publik. Khalayak sendiri juga akan melakukan proses pemaknaan yang berbeda atas suatu isu/peristiwa (Eriyanto. 2002: 289-290).

2.7.1 Proses Framing

Menurut Pan dan Kosicki (dalam Eriyanto. 2002: 291), ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan. Pertama, dalam konsepsi psikologi. *Framing* dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Kedua, konsepsi sosiologis. Pandangan psikologis lebih melihat pada proses internal seseorang, bagaimana individu secara kognitif menafsirkan suatu peristiwa dalam cara pandang tertentu, maka pandangan sosiologis lebih melihat pada bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya.

Menurut Eriyanto (2002: 292), dalam mengkonstruksi suatu realitas, wartawan tidak hanya menggunakan konsepsi yang ada dalam pemikirannya semata. Pertama, proses konstruksi itu juga melibatkan nilai sosial yang melekat dalam diri wartawan. Nilai-nilai sosial yang tertanam mempengaruhi bagaimana realitas dipahami. Kedua, ketika menulis dan mengkonstruksi berita wartawan bukanlah berhadapan dengan publik yang kosong. Bahkan ketika peristiwa ditulis, dan kata mulai disusun, khalayak menjadi pertimbangan dari wartawan. Hal ini karena wartawan bukan menulis untuk dirinya sendiri, melainkan untuk dinikmati dan dipahami oleh pembaca. Melalui proses inilah nilai-nilai sosial yang dominan yang ada dalam masyarakat ikut mempengaruhi pemaknaan. Ketiga, proses konstruksi itu juga ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik, dan standar profesional dari wartawan.

2.7.2 Perangkat Framing

Dalam pendekatan ini perangkat *framing* dibagi menjadi empat struktur besar. Pertama, struktur sintaksis; kedua, struktur skrip; ketiga, tematik; dan keempat, struktur retorik. Struktur sintaksis bisa diamati dari bagan berita. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa (pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa) ke dalam bentuk susunan kisah berita. Dengan demikian, struktur sintaksis ini bisa diamati dari bagan berita (headline yang dipilih, lead yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip, dan sebagainya). Struktur skrip melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Kemudian, struktur tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan ke dalam bentuk yang lebih kecil. Sedangkan struktur retorik melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik, gambar, yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu (Sobur. 2015: 175-176).

Menurut Eriyanto (dalam Eriyanto. 2002. 294-295), keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan *framing* dari suatu media. Dengan kata lain dapat diamati dan bagaimana wartawan menyusun peristiwa ke dalam bentuk umum berita, cara wartawan mengisahkan

peristiwa, kalimat yang dipakai, dan pilihan kata atau idiom yang dipilih. Ketika menulis berita dan menekankan makna atas peristiwa, wartawan akan memakai semua strategi wacana itu untuk meyakinkan khalayak pembaca bahwa berita yang dia tulis adalah benar.

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitan yang penulis lakukan terhadap masing-masing 6 berita dari Detik.com dan Kompas.com tentang revisi UU Terorisme. Dalam tabel berikut ini dapat dilihat perbedaan pembingkai berita oleh kedua portal berita *online* tersebut :

Tabel 3.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Detik.com	Kompas.com
<p>Artikel pertama yang dipublikasikan oleh Detik.com dengan judul “Menko Polhukam Minta DPR Revisi UU Terorisme”, sehingga terkesan bahwa Menko Polhukam sangat menginginkan revisi UU Terorisme dilaksanakan. Dapat dimaknai bahwa pembuat berita berusaha menarik minat pembaca untuk tertarik dengan isu berita yang menimbulkan tanda tanya dipikiran pembaca. Namun judul dan <i>lead</i> berita sedikit berbeda dengan isi dan pernyataan narasumber yang lebih banyak menjelaskan bahwa hal tersebut merupakan keinginan pemerintah dalam menangani terorisme di Indonesia.</p>	<p>Artikel pertama yang dipublikasikan oleh Kompas.com tentang rencana revisi UU Terorisme dengan judul “Menko Polhukam Wacanakan Revisi UU Terorisme. Judul berita ini terkesan lebih hati-hati dalam menyebarkan informasi kepada pembaca. Pada lead, Kompas.com menyampaikan bahwa wacana revisi UU Terorisme dilaksanakan untuk mengambil langkah-langkah kebijakan politik dan hukum nasional. Baik pada berita Detik.com dan Kompas.com sama sama menyampaikan <i>hard news</i>, dengan mengutamakan unsur aktualitas dalam penyampaian beritanya.</p>
<p>Berbeda dari judul berita pertama yang diusung oleh Detik.com, pada berita dengan judul “Ketua DPR : Aksi Teror Bukan Tontonan, Perlu Ada SOP yang Jelas. Dapat terlihat bahwa berita dari Detik.com terlihat netral, pendapat atau opini dari penulis berita tidak banyak diulas, berita lebih menjelaskan pernyataan-pernyataan dari narasumber.</p>	<p>Sedangkan berita dengan tema dan narasumber yang sama, pada Kompas.com menggunakan judul “Ketua DPR Setuju UU Pemberantasan Terorisme Direvisi, tetapi...”. Dapat dilihat judul tersebut lebih menimbulkan tanda tanya dan membuat pembaca penasaran. Isi berita terkesan lebih kritis dalam menanggapi wacana revisi UU Terorisme, terlihat dari opini-opini yang dimuat oleh penulis berita seputar tanggapan petinggi negara atas rencana revisi UU Terorisme. Hal ini berbeda dengan isi berita pada Detik.com yang terkesan lebih netral dan tidak mengikut campurkan opini wartawan dalam isi berita.</p>
<p>Berita ketiga dari Detik.com dengan judul “Mendagri : BIN Tidak Sendiri, Tak Perlu Minta Penambahan Kewenangan”, memperlihatkan konsistensi Detik.com tidak menggunakan judul-judul yang menantang terkait pemberitaan revisi UU Terorisme. Detik.com terkesan apa adanya dalam membingkai sebuah berita.</p>	<p>Berita ketiga dari Kompas.com dengan judul “Mendagri Tolak Usulan Perppu Antiterorisme”, terkesan bernada negatif terhadap rencana revisi UU Terorisme. Hal ini berbeda dengan isi berita yang lebih menjelaskan maksud Mendagri setuju apabila revisi UU Terorisme dilaksanakan, namun tidak setuju dengan usulan Perppu dengan berbagai alasan pendukung. Dalam satu berita tidak hanya membahas pendapat narasumber, namun juga memuat pendapat dari narasumber-narasumber yang sebenarnya tidak terlalu berhubungan dengan judul berita. Hal ini dilakukan Kompas.com untuk mengajak dan mengingatkan kembali pembaca atau masyarakat untuk lebih bijak menilai langkah apa yang terbaik.</p>
<p>Berita keempat dari Detik.com dengan judul “Ketua MPR Tak Setuju UU Terorisme Direvisi”, yang mengarah negatif. Detik.com lebih berani memaknai maksud Ketua MPR tentang revisi UU Terorisme. Narasumber dari semua pernyataan dan opini dalam berita fokus memuat Ketua MPR Zulkifli Hasan, sebagai tokoh utama dalam berita ini.</p>	<p>Berita keempat dari Kompas.com dengan judul “Ketua MPR Menyiratkan Tolak Revisi UU Terorisme”, juga mengarah ke pemberitaan negatif atau kontra terhadap wacana revisi UU Terorisme. Kompas terkesan lebih berani dibandingkan Detik.com dalam merangkai opini isi beritanya. Detik.com yang hanya memuat pernyataan dari Ketua MPR saja, berbeda dengan Kompas yang</p>

	lebih berani mengusut lebih lanjut perkembangan pro dan kontra seputar revisi UU Terorisme di kalangan petinggi lembaga negara.
Berita kelima dari Detik.com dengan judul “Luhut : Kewenangan Penahanan Sementara Jadi Usulan Revisi UU Terorisme”, diambil dari pernyataan Menko Polhukam Luhut Binsar Pandjaitan. Dapat terlihat bahwa Detik.com sangat berhati-hati dalam memilih judul beritanya sehingga terkesan netral. Isi berita pun terkesan apa adanya dan tidak memihak kepada pihak manapun. Berita ini memuat informasi yang disampaikan oleh Menteri Luhut terkait perkembangan revisi UU Terorisme. Berita ini ngusung kategori <i>hard news</i> , berita tentang peristiwa yang dianggap aktual, tidak hanya berdasarkan kecepatan waktu berita itu disiarkan, namun aktualitas juga menyangkut sesuatu yang baru diketahui dan ditemukan (Suryawati. 2011: 70)	Berita kelima dari Kompas.com terlihat lebih berani berpendapat dibandingkan yang dimuat oleh Detik.com. Berita dengan judul “Pemerintah Belum Satu Suara soal Revisi UU Terorisme”, ketika pembaca pertama kali melihat judul ini akan tertipu dengan maksud berita tersebut. Judul yang terkesan nyentrik, sebenarnya memuat informasi yang sama dengan berita yang dimuat oleh Detik.com. Namun Kompas.com lebih berani dan kritis dalam menanggapi pernyataan Menteri Luhut. Poin tambahan yang dimuat oleh Kompas.com dalam berita ini adalah opini penulis tentang beberapa petinggi negara yang telah menyetujui dan memberikan dukungannya terhadap revisi UU Terorisme. Berita ini mengusung kategori berita mendalam (<i>indepth news</i>) yang memfokuskan berita pada peristiwa/fakta dan pendapat yang mengandung nilai berita. Berita mendalam menempatkan fakta dan pendapat pada satu mata rantai laporan berita dan merefleksikan masalah dalam konteks yang lebih luas (Suryawati.2011:72)
Berita keenam dari Detik.com dengan judul “Seskab : Pemerintah Sepakat Merevisi UU Terorisme”, memperlihatkan konsistensi Detik.com dalam memilih judul berita dengan hati-hati. Judul berita yang dimuat oleh Detik.com merupakan penggalan dari pernyataan yang disampaikan oleh Sekretaris Kabinet tentang keputusan pemerintah yang telah sepakat untuk dilaksanakannya revisi UU Terorisme. Pada berita-berita sebelumnya Detik.com terkesan lebih hati-hati dalam memuat pendapat penulisnya, pada akhir berita ini wartawan Detik.com menyampaikan opininya tentang kilas balik pro kontra petinggi lembaga negara terhadap rencana revisi UU Terorisme. Berita ini tergolong ke pemberitaan positif	Berita keenam dari Kompas.com dengan judul “Presiden Jokowi Pilih Revisi UU Antiterorisme”, yang memperlihatkan bahwa Presiden Jokowi merupakan tokoh utama yang dapat mengambil keputusan UU Terorisme direvisi atau tidak. Berbeda dengan judul diusung oleh Detik.com yang terkesan lebih netral dalam pemilihan katanya. Pernyataan dan opini yang dimuat pada Kompas.com lebih kritis dalam menanggapi keputusan pemerintah ini, seolah-olah Kompas.com ingin mempengaruhi pembaca untuk mengingatkan janji pemerintah untuk menyelesaikan revisi UU Terorisme dalam waktu singkat dan tidak berlarut-larut.
Dapat dilihat secara keseluruhan, strategi Detik.com menggunakan kalimat yang netral untuk dimuat pada judul dan isi beritanya.	Berbeda dengan pembingkai berita yang dilakukan oleh Detik.com, Kompas.com lebih berani dalam mengusut berita terkait revisi UU Terorisme. Kompas.com lebih kritis membahas keseriusan dan keyakinan pemerintah untuk melaksanakan revisi UU Terorisme sebagai langkah yang tepat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, pemberitaan Detik.com dan Kompas.com lebih condong ke pemberitaan positif. Namun dapat dilihat bahwa masing-masing media memiliki cara tersendiri dalam membingkai pemberitaan tersebut. Detik.com terkesan lebih netral dalam membingkai beritanya, sedangkan Kompas.com lebih berani dan kritis dalam membingkai beritanya. Oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian yang penulis telah lakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aspek sintaksis yang digunakan oleh Detik.com pada pemberitaan revisi UU Terorisme lebih banyak menggunakan judul-judul berita yang terkesan netral, ringan dan *simple*. Judul, *lead* dan isi berita fokus membahas satu pembahasan. Berbeda dengan Kompas.com yang lebih banyak menggunakan judul-judul menarik perhatian pembaca, namun judul dan *lead* terkadang tidak fokus pada satu pembahasan berita.

2. Aspek skrip yang digunakan oleh Detik.com pada pemberitaannya memiliki unsur skrip yang lengkap dengan menggunakan unsur 5W+1H, begitupun dengan Kompas.com. Namun ada satu berita Kompas.com yang unsur *How* nya tidak ada.
3. Aspek tematik yang digunakan oleh Detik.com pada pemberitaannya membahas satu topik dengan satu narasumber dalam satu berita. Hal ini menjadi sebuah perbedaan pembingkaihan Kompas.com, yang membahas satu narasumber utama, dengan beberapa topik yang juga melibatkan opini narasumber lain dalam beritanya.
4. Aspek Retoris yang digunakan oleh Detik.com lebih menonjolkan kosa kata yang sesuai dengan pernyataan narasumber dan menggunakan foto yang sesuai dengan karakter narasumber atau berdasarkan pendapat narasumber. Berbeda dengan Kompas.com yang lebih berani menggunakan kosa kata yang dapat membuat pembaca untuk lebih memahami maksud atau isi berita.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Sumbiosia Rekatama Media.
- [2] Budianto, Heri. 2011. *Media dan Komunikasi Politik*. Jakarta: Mercu Buana.
- [3] Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [4] Eriyanto. 2011. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- [5] Hikmat, Mahi M. 2010. *Komunikasi Politik Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*. Bandung: Sumbiosia Rekatama Media.
- [6] Machmud, Zaenuddin H. 2011. *The Journalist: Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Para Mahasiswa Jurnalistik*. Bandung: Sumbiosia Rekatama Media.
- [7] McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Mcquail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [8] Santana K., Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustakan Obor Indonesia.
- [9] Sobur, Alex. 2015. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [10] Soyomukti, Nurani. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- [11] Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- [12] Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori & Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [13] Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana
- [14] <http://nasional.tempo.co/>
- [15] <http://nasional.kompas.com/>