

Analisis Framing Pemberitaan Kontroversial Campaign Zara “The Jacket” Singgung Korban Gaza pada BBC News & Suara.com

Framing Analysis Of The Controversial Zara "The Jacket" Campaign Mentioning Gaza Victims on BBC News & Suara.com

Afni Tiana Rosa^{1*}, Andri Prasetyo Yuwono²

¹²Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Teknologi Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia
Email: afnitianarosa15@gmail.com*

Abstrak

Fokus penelitian ini merujuk bagaimana media online mempresentasikan sebuah pemberitaan peristiwa yang terjadi, yaitu terkait kasus kontroversial campaign ZARA Atelier “The Jacket” yang diduga menyinggung korban Gaza pada dua media online nasional Suara.com dan media Internasional BBC News, dimana seperti yang kita ketahui bahwa Gaza telah mendapatkan serangan genosida oleh Israel sebagai balasan yang dilakukan Hamas, berita mengenai konflik antara Israel-Palestina telah menjadi isu kontroversi yang banyak diberitakan oleh media massa. 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 yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan paradigma konstruktivisme sebagai landasan untuk mengetahui bagaimana pandangan setiap individu dalam mengkonstruksi berita dengan latar belakang yang berbeda. Penelitian ini menggunakan analisis framing model Robert N. Entman yang melihat framing dalam dua dimensi, yaitu seleksi isu dan penekanan aspek-aspek tertentu dari realitas oleh media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online BBC News dan Suara.com menyoroti bagaimana respon publik dalam membingkai suatu berita mengenai kasus campaign ZARA Atelier “The Jacket”. Media online BBC News dalam membingkai dan mengemas suatu berita terlihat cenderung bersifat netral dan memberitakan suatu informasi dengan mengikuti fakta peristiwa yang terjadi, seperti menjelaskan mengenai respon publik terhadap ZARA dan juga memperlihatkan bagaimana BBC News menekankan bahwa respon publik terhadap campaign ZARA merupakan kesalahpahaman sesuai dengan pernyataan yang diberikan ZARA. Sedangkan media online Suara.com dalam membingkai terlihat lebih spesifik dan seolah menunjukkan dukungannya terhadap reaksi publik untuk melakukan aksi boikot.

Kata kunci: framing; media online; Gaza-Palestine; ZARA; Robert N. Entman

Abstract

The focus of this research refers to how online media present news of events that occur, namely related to the controversial case of the ZARA Atelier “The Jacket” campaign which allegedly offends Gaza victims on two national online media Suara.com and BBC News International media. In contrast, we know that Gaza has received genocidal attacks by Israel in response to Hamas, news about the conflict between Israel and Palestine has become a controversial issue that is widely reported by the mass media. The purpose of this research is 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 method used in this research is a descriptive qualitative method with a constructivism paradigm approach as a basis for knowing how each views constructing news with different backgrounds. This research uses Robert N. Entman’s framing analysis model which sees framing in two dimensions, namely the selection of issues and the emphasis on certain aspects of

reality by the media. The results showed that the online media BBC News and Suara.com highlighted how the public responded in framing news about the ZARA Atelier "The Jacket" campaign case. BBC News online media in framing and packaging news tends to be neutral and reporting information by following the facts of the events that occur, such as explaining the public response to ZARA and also showing how BBC News emphasizes that the public reaction to the ZARA campaign is a misunderstanding according to the statement given by ZARA. Meanwhile, Suara.com's online media framing looks more specific and seems to show its support for public reactions to the boycott.

Keywords: *framing; online media; Gaza-Palestina; ZARA; Robert N. Entman*

I. PENDAHULUAN

Suatu Brand atau perusahaan apabila memenuhi ekspektasi konsumen, maka brand tersebut berhasil membangun kepercayaan dibenak konsumen. Memasuki persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan harus memiliki nilai keunikan dan inovatif dalam strategi promosi untuk menarik perhatian publik. Bahkan seringkali suatu brand menggunakan pendekatan kontroversi untuk meningkatkan popularitas brand atau produk yang ditawarkan (Agripina et al. 2023). Namun, untuk menggunakan pendekatan dengan cara kontroversial, tentunya akan membawa resiko kerusakan citra dan kepercayaan konsumen terhadap brand apabila tidak direncanakan dengan baik (Udayanga and Sandaruwanb 2021)

Dalam menentukan strategi promosi, suatu brand perlu merencanakan dengan matang, agar loyalitas konsumen tetap utuh dalam jangka waktu yang lama. Hal tersebut bukanlah 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, salah satu brand *fast fashion* pakaian yang telah dikenal sebagai retailer pakaian yang menghadirkan produk berkualitas, trendy, dan timeless. Kesuksesan ZARA tidak lepas dari strategi unik dalam memasarkan produk-produknya. Salah satu strategi promosi yang dilakukannya untuk meningkatkan brand awareness 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 campaignnya sering menjadi momen ikonik di industri fashion. Namun di campaign terbarunya, alih-alih bertujuan untuk mempromosikan koleksi ke-04 Atelier "The Jacket" mereka, ternyata menjadi sebuah kontroversial dan berakibat fatal.

Dikutip dari berbagai media online, masalah ini 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, publik dengan cepat menyamakan antara hasil foto campaign mereka dengan foto-foto para korban di Gaza. Seperti yang telah kita ketahui bahwa telah terjadinya serangan genosida di seluruh Gaza setelah serangan Hamas di Israel pada tanggal 7 Oktober 2023. 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 meunjukkan 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 meredam kemarahan publik yang merasa bahwa campaign tersebut memang memiliki maksud disengaja. Pemberitaan mengenai kontroversial campaign ZARA ini banyak diberitakan di media massa, seperti 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 membingkai 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. Kedua media tersebut memiliki latar belakang yang berbeda, BBC News merupakan salah satu media internasional terbesar yang tersebar di berbagai penjuru dunia. Sedangkan, Suara.com adalah salah satu platform daring di Indonesia yang menghadirkan informasi yang dikemas dengan menggunakan bahasa yang ringan, dan lugas. Keduanya tentunya 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.

Idealnya dalam pengelolaan berita di media online, sebuah berita yang disampaikan harus didasarkan pada data dan fakta 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). Berita itu sendiri adalah suatu bentuk atau cara untuk menyajikan informasi yang faktual, dan aktual, yang menarik perhatian publik, berita dipublikasikan melalui berbagai media massa untuk disajikan kepada khalayak, yang mana berita merupakan suatu kebutuhan yang tidak terbantahkan bagi seluruh kalangan masyarakat (Effendy et al. 2023).

Sebuah berita harus memiliki nilai berita, karena nilai berita digunakan oleh jurnalis untuk menentukan fakta yang pantas dan baik untuk dijadikan berita yang akan disampaikan kepada publik (Masitoh, Nursanta, and Wulandari 2022). 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 and Misnawati 2021). Media online secara aktif memberitakan suatu informasi peristiwa dengan sangat cepat. Kelebihan utama media online adalah efektivitasnya yang dianggap lebih tinggi dibandingkan dengan media konvensional dalam menyampaikan informasi atau berita (Nugraha, Mursalim, and Mau 2022). Namun perlu diperhatikan, media online juga sudah banyak menjadi tempat dalam penyebaran berita bohong atau hoaks, publik dituntut untuk berpikir kritis dan bijak dalam mengolah informasi dari berbagai media online.

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.

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 mengetahui bagaimana media online internasional CNN dan Al Jazeera membingkai pemberitaan terkait peristiwa serangan udara Hamas (Palestina) ke Israel. Dalam penelitiannya menggunakan metode analisis framing model Robert N. Entman. Hasil penelitiannya menunjukkan 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 *Pembingkaihan 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 pembingkaihan 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 pembingkaihan 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 pengusuran 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.

Dalam Penelitian ini terdapat beberapa teori yang dijadikan sebuah landasan, yaitu diantaranya adalah analisis framing. 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 merupakan analisis yang dikembangkan oleh Robert N. Entman. Entman merupakan seorang pakar dalam studi isi media, dengan memperkenalkan dasar-dasar analisis framing. Menurut Entman, framing memiliki dua dimensi, yaitu seleksi isu dan penekanan terhadap aspek-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.

Entman mengelompokkan framing untuk menjelaskan bagaimana media melakukan framing menjadi empat elemen yang dapat mendukung proses analisis (Eriyanto, 2002 dalam Ramadhan, Hamid, and Kusumadinata 2023), 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 pembingkai. (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.

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 disebarakan 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). Dalam perspektif konstruksionis, media dianggap sebagai subjek dalam mengkonstruksi realitas sosial, yang mencakup aspek-aspek seperti bias, sudut pandang, dan keberpihakan (Framing et al. 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). Salah satu peristiwa yang dikonstruksi dan diberitakan oleh beberapa media online dan sempat menarik perhatian publik adalah peristiwa kontroversial campaign ZARA yang menyinggung korban Gaza-Palestina.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan pendekatan Paradigma Konstruktivisme, paradigma ini 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). 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.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan analisis framing terhadap pemberitaan kasus kontroversial campaign ZARA dalam dua berita yang berbeda yaitu dari portal berita nasional Suara.com dan portal berita Internasional BBC News. Masing-masing portal menyajikan dua artikel berita, dengan rincian berita tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Sampel Berita BBC News dan Suara.com

No	Judul	Media
1.	<i>Zara advert accused of resembling Gaza images (bbc.com)</i>	BBC News (12 Desember 2023)
2.	<i>Zara says it regrets Gaza images misunderstanding (bbc.com)</i>	BBC News (12 Desember 2023)
3.	Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina Palestina (suara.com)	Suara.com (13 Desember 2023)
4.	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.

a) Analisis Framing di BBC News

Judul Berita Pertama : “Zara advert accused of resembling Gaza images”

Judul berita yang disajikan oleh media online BBC News mencerminkan respon publik, dimana dalam judul berita ini sesuai dengan masalah isu yang dibicarakan oleh publik, yaitu ditekankan pada kasus campaign ZARA Atelier koleksi ke-4, publik beranggapan bahwa campaign tersebut mirip dengan foto korban Gaza.

Tabel 1. Zara advert accused of resembling Gaza images

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	ZARA Atelier's “The Jacket” campaign which the public found offensive because it resembled images of Gaza victims.
<i>Diagnoses Causes</i> (Sumber masalah)	ZARA
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	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>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	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.

Sumber : (bbc.com)

Define Problems (Definisi masalah)

Pada pemberitaan ini jurnalis BBC News menjelaskan awal mula masalah yang dihadapi ZARA, dimana dalam berita ini define problems-nya adalah adanya kasus campaign ZARA Atelier “The Jacket”, yang mana publik beranggapan bahwa campaign tersebut mirip dengan foto korban Gaza. Penekanan 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, dimana brand tersebut yang melakukan campaign tersebut bertepatan dengan isu konflik Israel-palestina yang sedang kontroversial dan merupakan isu sensitif. Namun, momen tersebut digunakan ZARA untuk melakukan campaign dengan tema yang menyerupai foto korban Gaza dan menarik tanggapan publik akan foto-foto koleksi The Jacket, dan ZARA menolak berkomentar akan hal tersebut.

Make Moral Judgement (Membuat keputusan moral)

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 adalah jurnalis BBC yang mendapat informasi bahwa campaign tersebut dirancang di bulan Juli dan dipotret pada bulan september sebelum konflik Israel-Palestina dimulai. Dan juga beberapa foto campaign telah dihapus dari akun Instagram ZARA, campaign untuk produk Atelier koleksi ke-4 "The Jacket" 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.

Judul Berita kedua : “Zara says it regrets Gaza images misunderstanding”

Judul Berita yang disajikan BBC News memberikan penekanan terhadap 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.

Tabel 2. Zara says it regrets Gaza images misunderstanding

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	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>Diagnoses Causes</i> (Sumber masalah)	ZARA
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Zara thinks that the perception of the public is a far cry from what was intended when they were created.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Zara regrets the misunderstanding and reiterates their deep respect for everyone.

Sumber : (bbc.com)

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

Dalam berita ini, jurnalis menekankan bahwa *Define Problems*-nya adalah munculnya tanggapan dan pernyataan ZARA yang menyesali dan menegaskan bahwa terjadi adanya kesalahpahaman terkait dengan masalah campaign ZARA yang dikritik karena menggunakan foto yang menyerupai korban Gaza.

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

Sumber masalah yang ingin ditegaskan jurnalis dalam berita ini adalah foto-foto campaign yang dilakukan ZARA sebagai aktor 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. Namun, pada pernyataannya ZARA juga menegaskan bahwa terdapat kesalahpahaman dalam asumsi-asumsi publik memaknai campaign “The Jacket”

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

Dari berita ini jurnalis menyoroti pernyataan ZARA yang menekankan bahwa asumsi publik dalam memaknai campaign “The Jacket” merupakan sebuah kesalahpahaman. Penekanan tersebut terlihat dari pernyataan ZARA yang mengatakan bahwa publik melihat atau beranggapan pada campaign tersebut

jauh dari maksud campaign produk tersebut dibuat. Jurnalis juga menulis pernyataan ZARA yang menjelaskan 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, sayangnya foto-foto yang telah dihapus tersebut menyebabkan ketidaknyamanan pada publik.

Treatment Recommendation (Menekankan penyelesaian)

Solusi penyelesaian yang dilakukan oleh jurnalis BBC News pada pemberitaan ini yaitu dengan menegaskan pernyataan ZARA yang menunjukkan penyesalan atas kesalahpahaman tersebut dan menegaskan kembali rasa hormat yang mendalam terhadap semua orang mengenai tanggapan publik yang mengaitkan 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”.

b) Analisis Framing di Suara.com

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

Judul berita yang dibuat oleh media Suara.com memberikan gambaran suatu tanggapan terkait kasus kontroversial campaign ZARA dan pernyataan yang ditanggapi oleh pihak ZARA. Penekanan tanggapan terlihat dari sepenggal kalimat awal yaitu “Tak Ada kata maaf”, dari penulisan kata tersebut memperlihatkan bahwa media Suara.com cenderung mengemas judul berita dengan kalimat provokatif.

Tabel 3. Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina

<i>Define Problems</i> (Definisi masalah)	Campaign ZARA Atelier collection 4 “The Jacket” yang menjadi kontroversial, ZARA dikecam 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 campaign “The Jacket”.
<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)

Dalam berita tersebut berkaitan dengan bagaimana jurnalis menjelaskan brand ZARA yang mendapat kritik setelah meluncurkan campaign yang dianggap menyindir konflik di Gaza yaitu campaign ZARA Atelier collection 4 "The Jacket". Jurnalis juga menuliskan dan menekankan bagaimana reaksi publik dalam menilai campaign tersebut, yaitu ZARA dinilai 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. Mendapatkan kritik pedas dan ancaman boikot, ZARA merilis pernyataan untuk menjelaskan konsep campaign mereka pada tanggal 12 Desember 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)

Dari berita tersebut, jurnalis media Suara.com menyoroti bahwa pihak ZARA dalam memberikan pernyataan menggambarkan bahwa respon publik mengenai campaign ZARA Atelier "The Jacket" tersebut merupakan kesalahpahaman. Hal ini 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.

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

Judul berita yang disajikan media Suara.com memberikan gambaran respon publik yang mendukung adanya boikot dan juga mengandung kata ajakan atau setuju dengan adanya aksi boikot, terlihat dari penggunaan kata dengan tanda seru di akhir “Boikot ZARA!”.

Tabel 4. 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 campaign ZARA Atelier “The Jacket”
<i>Diagnoses Causes</i> (Sumber masalah)	Aksi ini terjadi dikarenakan campaign 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 membesar-besarkannya.

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.

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

Dalam berita tersebut, jurnalis menegaskan 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 membingkai 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”.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis framing pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa BBC News dan Suara.com sama-sama memberikan pemberitaan mengenai kasus kontroversial campaign ZARA Atelier “The Jacket” yang menyinggung korban Gaza dan kedua media tersebut memiliki karakteristik yang cukup berbeda ketika menjelaskan suatu berita yang memberikan perspektif berbeda pula. Keduanya menjelaskan kejadian sesuai dengan kronologi yang ada meskipun tidak semua dijelaskan secara rinci dan sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online BBC News dan Suara.com menyoroti bagaimana respon publik dalam membingkai suatu campaign brand ZARA yang menimbulkan persepsi publik. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa point penting, yaitu media online BBC News dalam membingkai atau mengemas suatu berita terlihat cenderung bersifat netral dan memberitakan suatu informasi dengan mengikuti fakta peristiwa yang terjadi, dibuktikan pada point *Define Problems* pada berita kedua yaitu munculnya tanggapan dan pernyataan ZARA yang menyesali

dan menegaskan bahwa terjadi adanya kesalahpahaman terkait dengan masalah campaign tersebut, dan pada point *Make Moral Judgement*, dimana jurnalis berfokus menyoroti pernyataan-pernyataan ZARA yang menekankan bahwa asumsi publik merupakan sebuah kesalahpahaman. Sedangkan sifat netral yang dimaksud adalah berita yang disajikan tanpa terlihat memihak pada satu pihak tertentu, dan disampaikan dengan sudut pandang yang objektif, dimana BBC News menyampaikan informasi sesuai dengan apa yang terjadi, seperti 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. Sedangkan media online Suara.com dalam membingkai terlihat lebih spesifik dan seolah menunjukkan dukungannya terhadap reaksi publik untuk melakukan aksi boikot ZARA, dibuktikan pada point yang terlihat dimana jurnalis suara.com membingkai pernyataan ZARA bahwa ZARA memberikan pernyataan mengenai kasus campaign yang diduga singgung Gaza tanpa adanya permohonan maaf, kalimat tersebut memperlihatkan sudut pandang yang berbeda dalam membingkai informasi walaupun dengan isu atau topik yang sama dengan media lainnya. Point lainnya juga terlihat pada berita-berita yang disajikan mengenai kasus campaign ZARA yang tidak berhenti setelah ZARA mengeluarkan pernyataannya, dimana Suara.com terus-menerus memberitakan berita mengenai aksi boikot terhadap brand ZARA seperti pada berita kedua, seolah menunjukkan dukungan pada aksi boikot tersebut. Point lainnya terlihat pada cara penyampaian Suara.com seperti pada penulisan judul yang cenderung provokatif, berbeda dengan judul berita pada media BBC News. Dari penjelasan tersebut, terlihat bagaimana BBC News dan Suara.com dalam mengemas suatu informasi ke dalam berita, memiliki persamaan berita namun mengemasnya dengan gaya dan perspektif yang berbeda. Media membingkai makna dalam setiap aspek berita dan memiliki peranan besar dalam memicu perbincangan. Media merupakan pembentuk konstruksi realitas atas suatu peristiwa dari berbagai perspektif yang berbeda. Media memiliki kekuasaan untuk menetapkan perspektif terhadap fenomena atau peristiwa yang terjadi, yang berarti setiap berita bisa memiliki makna berbeda di setiap portal media.

DAFTAR PUSTAKA

- Agripina, Annisa, Moh Atikurrahman, Wahidah Zein, Br Siregar, Universitas Islam, Negeri Sunan, and Ampel Surabaya. 2023. "Antara Iklan Dan Dakwah: Representasi Postingan Reels Rabbani Tentang Busana Islami Hingga Isu Pelecehan Seksual." 8(4):2503–3875. doi: 10.36709/bastra.v8i4.233.
- 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.
- Effendy, Erwan, Zakaria, Azlisa, and Anggarana. 2023. “Dasar Dasae Penulisan Berita.” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5(2):4042–44.
- 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.
- Framing, Analisis, Sekolah Tinggi, Pembangunan Masyarakat, and Desa Apmd. 2023. “KEBERPIHAKAN MEDIA DALAM TRAGEDI KANJURUHAN.” 2(1):64–74.
- 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 Kerusakan 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Jordan, D. (2023, Desember). Zara advert accused of resembling Gaza images. Retrieved from BBC NEWS: <https://www.bbc.com/news/business-67681865>
- Jordan, D. (2023, Desember). Zara says it regrets Gaza images misunderstanding. Retrieved from BBC NEWS: <https://www.bbc.com/news/business-67690447>
- Lesmana, A. S., & Yasir, M. (2023, Desember). Boikot ZARA! Viral Aksi Protes Wanita Beratribut Palestina Sebar 'Pocong' di Pondok Indah Mall. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/news/2023/12/20/130021/boikot-zara-viral-aksi-protes-wanita-beratribut-palestina-sebar-pocong-di-pondok-indah-mall>
- Rahmawati, Y. (2023, Desember). Tak Ada Kata Maaf, Begini Klarifikasi ZARA Soal Kampanye yang Dianggap Menghina Palestina. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2023/12/13/135617/tak-ada-kata-maaf-begini-klarifikasi-zara-soal-kampanye-yang-dianggap-menghina-palestina>
- Radhitya , M., & Toni , A. (2024). Pembingkai Berita Boikot Produk Israel Di Media Online Republika.Co.Id. *Media Mahardhika*, 253-261.
- Rinaldy , A. (2023). Perbandingan Media Internasional: CNN dan Al-Jazeera Terkait Serangan Udara Pasukan Hamas ke Israel. *Review of International Relations*(2), 176-189.
- Yusuf, R. I., Malik, S., & Hamson, Z. (2023). Framing Media Online Kompas.Com Terkait Isu Palestina Dan Israel. *Jurnalisa*, 138-159.